

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

中疾控专家：我国建立免疫屏障或需10亿人以上接种疫苗

中国疾控中心免疫规划首席专家王华庆表示，我们国家要建立免疫屏障，可能需要10亿人以上接种新冠肺炎疫苗，接种率越高，免疫屏障形成就越牢固，接下来我们还有一段路要走。截至4月10日24时，全国累计报告接种新冠肺炎疫苗16447.1万剂次。

海南自贸区分阶段开放资本项目

4月12日，国新办举行海南自由贸易港政策制度建立进展情况发布会。国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春透露，去年12月份，外汇局批复同意在海南自由贸易港开展合格境内有限合伙人(QDLP)对外投资试点，并予50亿美元试点投资额度。目前，外汇局海南省分局已经制定了QDLP试点的管理办法，正在组织推进具体的试点工作。

日本首相菅义伟：处理福岛核电站核污水“不能推迟”

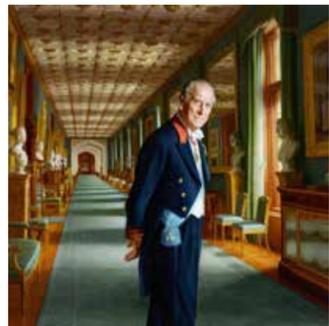
4月12日，据NHK消息，日本首相菅义伟表示，解决东京电力公司福岛第一核电站中不断增加的核污水一事，已经是“不能推迟”的课题。日本政府计划于当地时间4月13日召开内阁会议，决定是否向大海排放福岛核污水。

周数据

《王者荣耀》重回全球手游畅销榜冠军宝座

Sensor Tower商店情报数据显示，2021年3月腾讯《王者荣耀》重回全球手游畅销榜冠军宝座。

在全球App Store和GooglePlay,《王者荣耀》吸金总数

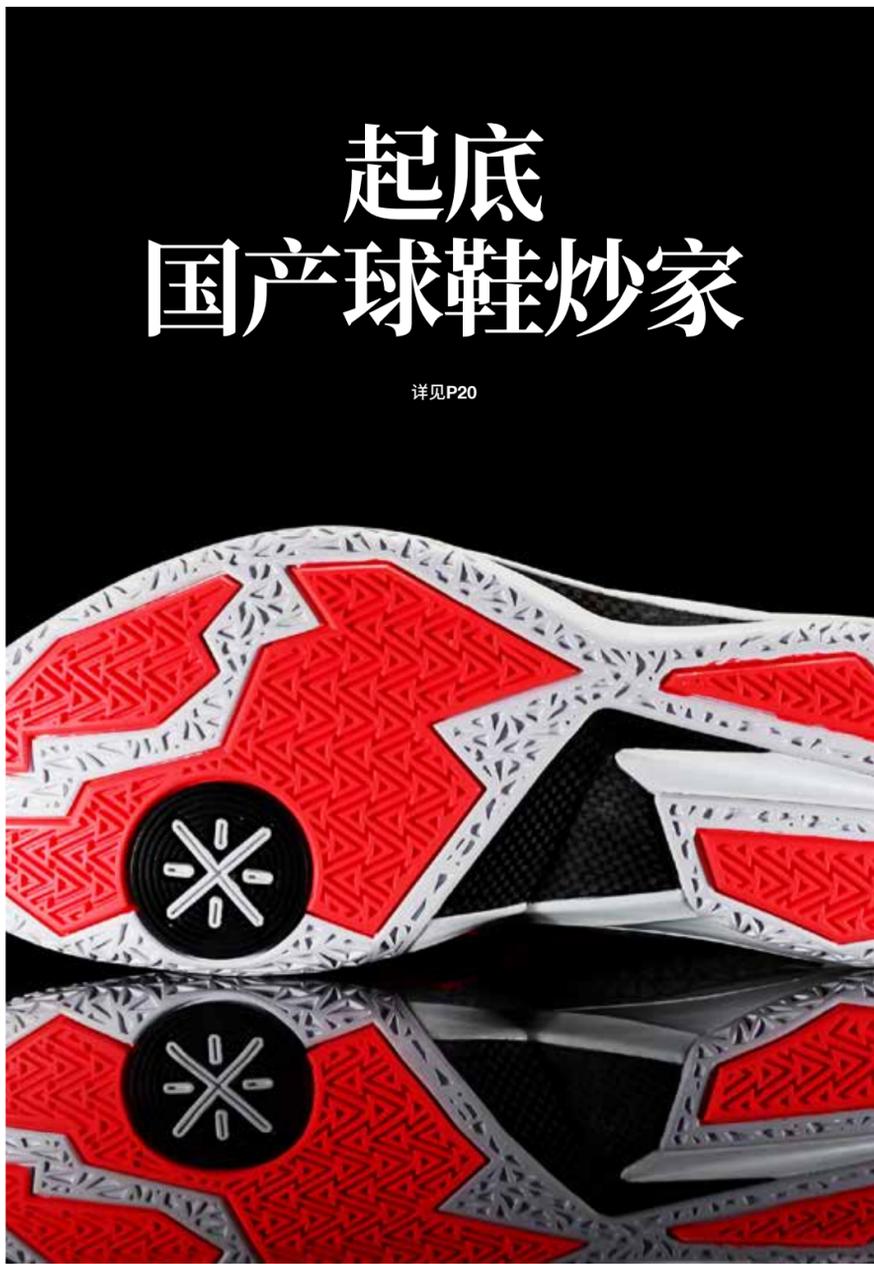


再见 王的男人

详见P8

起底 国产球鞋炒家

详见P20



海南松绑处方药

时代周报记者 陈泽秀 发自广州

网售处方药在海南“松绑”。

4月8日，国家发改委、商务部发布《关于支持海南自由贸易港建设放宽市场准入若干特别措施的意见》(以下简称《特别措施》)，以海南作为全国放宽市场准入试点的先手棋，推出22条特别措施，包括支持海南开展互联网处方药销售。

对于是否放开网售处方药，近年来舆论一直存在争议。

支持者认为，对长期用药的慢病患者来说，每次购药都要去医院重新挂号很不方便，网售处方药便利、节约购药成本，也减轻医院门诊的压力。但反对者担心，处方药具有一定的毒副作用或潜在影响，网售放开后，若假处方药泛滥，将严重威胁患者健康。

如何在确保安全的前提下，提升患者使用处方药的便利性?海南将率先进行互联网处方药的新尝试。

时代周报记者从国家发改委了解到，该项措施适用范围仅限于海南的医疗机构，且会对高风险药品实施特别管理，以信息化手段推动实现药品流向全程追溯，实现风险可控。同时，国家发改委方面表示，将密切关注《特别措施》实施效果，以期今后在更多地区推广。

北京鼎臣医药管理咨询中心创始人史立臣

长期关注医药行业，他接受时代周报记者采访时认为，当前网上药店销售额已超过1000亿元，患者已逐步培养了网购药品的习惯，未来线上药品销售的市场规模将呈几何级增长，“在国家推广远程医疗的背景下，全国全面放开网售处方药是迟早的事情，关键是放开后如何进行有效监管”。

建立电子处方中心

《特别措施》明确指出，支持海南开展互联网处方药销售。

具体措施包括，在博鳌乐城国际医疗旅游先行区建立海南电子处方中心(为处方药销售机构提供第三方信息服务)，对于在国内上市销售的处方药，除《国家药品管理法》明确实行特殊管理的药品外，全部允许依托电子处方中心进行互联网销售，不再另行审批。

国家发改委方面表示，将通过互联网+医疗的方式推动建立电子处方中心，打通医疗机构、处方药销售平台、医保机构、商业类保险机构间的信息壁垒，为互联网销售处方药破除最后障碍。

“这是对处方药流通管理体制的重要突破，也是全国首个独立建设运营的电子处方中心。”海南省政府副秘书长李东屿在4月8日的新闻发布会上表示，海南将制定细化工作方案，全力保障处方中心项目投建运营，支持中心发挥好互联网处方药销售的枢纽作用。

下转P4

椰树集团 垂垂老矣

尽管是海南知名公司，但当地人对这家公司的内部情况知之甚少，外人更难走近，这样一家公司究竟是如何炼成的?

时代周报记者 李馨婷 发自海口广州

中式飞檐牌坊、蓝底金字招牌、工厂门口巨大的椰汁罐模型、集团大楼外巨幅海报上的丰满模特……假如到海口椰树集团总部门口走一走，就会知道，这家公司的风格早已自成一体。

4月10日，海口，海风轻拂。从外面看过去，椰树集团安静如常。但近来在互联网上，围绕这家公司的话题已经火爆多日。

3月25日，椰树集团官方微博发布公司高管招聘海报，图中“有车、有房、有高薪、肯定有美女帅哥追”等宣传字眼，再加上曲线丰满的模特照片，引发网友热议。3月31日，海南省市场监管局对椰树集团发布涉嫌违法广告的行为进行立案调查，随后，《人民日报》、央视网与新华网均对集团“低俗广告”现象进行批评。

事情并未像大家预料一样发展，4月2日，椰树集团选择了“正面回应”，公司在微博上发布文章反驳，坚称自身广告无违法，还直言查处椰树集团就是搞垮中国名牌，会让海南50万椰农“脱贫致富”，其强硬的态度，再度引发网友热议。

这不是椰树集团第一次出位宣传招聘，多年来其宣传、营销以及产品包装都饱受争议。外界对于这家公司的传闻知道得越来越多，比如产品包装由创始人王光兴用WORD设计，营销手法就是博出位等。

大门两侧的椰汁罐模型比人还高；一楼落地窗上贴满巨幅海报，海报上是举着椰汁的丰满女性；入口处左侧的海报上，则是挤满文字的品牌说明，字里行间均是对非议的反击。

多日来，时代周报记者走访了这家争议公司。

集团招牌、办公楼内外部宣传文字以及集团内部刊物，随处可见对王光兴的溢美之词。

尽管是海南知名公司，但当地人对这家公司的内部情况知之甚少，外人更难走近，这样一家公司究竟是如何炼成的?

神秘椰树

王光兴今年已年届八十，但椰树集团总部仍然随处可见其各种照片和语录。

集团办公楼与工厂门口的“椰树集团”四个大字，出自王光兴之手；办公大楼入口左侧，是王光兴落款的“六信任”原则：“若要获取领导信任，集团员工行为需要达到‘有本事靠得住、知恩图报、知错就改’等六大标准”；大楼内部各宣传栏遍布赞扬“王光兴单枪匹马大胆改革，挽救濒临破产的椰树”的宣传文字；集团内刊的封面，大部分是王光兴的照片。

下转P21

政经 · TOP NEWS

- 2 住建部约谈13城 楼市调控应滴水不漏
- 3 3月PPI刷新28个月新高 专家预计通胀将温和走高
- 4 做大做强中心城区 杭州区划调整尘埃落定
- 6 既是清流也是搅局者 超级IP文和友开启深圳之旅

财经 · FORTUNE

- 9 万亿蓝海待开发 氢能仍有四大问题待解
- 10 央行要求明示贷款年化利率 部分头部消费金融“躲猫猫”
- 11 百亿元绿色金融尚缺计量标准 广州或探索碳核算体系
- 15 顺丰控股一季度预亏9亿-11亿 王卫道歉称二季度不会再亏

产经 · INDUSTRY

- 17 科技巨头造车运动

编辑/吴慧 版式/邓富群
图编/黄亮 校对/宋正大
国内统一刊号/CN44-0139
邮发代号/45-28
广东时代传媒集团有限公司 主办



6 946957 200015 >
零售价/RMB 3.00 HKD 10.00



扫一扫关注 时代周报官方微信

时代在线/
http://www.time-weekly.com
官方微博/ @时代周报
官方微信/ timeweekly

广告热线/ 020-3759 1496
发行热线/ 020-8735 0717
传真/ 020-3759 1459
征订咨询/ 020-3759 1407

地址/广东省广州市珠江新城华利路 19号远洋明珠大厦4楼

住建部约谈13城 楼市调控应滴水不漏

2021年以来,中国持续传出严控楼市的信号。自1月下旬,中国住房和城乡建设部赴深圳、上海调研。三个月内,住建部调研督导或约谈了13个城市。

4月8日,住建部副部长倪虹约谈广州、合肥、宁波、东莞、南通5地负责人,要求切实提高政治站位,把思想和行动统一到党中央、国务院决策部署上来,充分认识房地产市场平稳健康发展的重要性,牢牢把握房子是用来住的、不是用来炒的定位,不将房地产作为短期刺激经济的手段,切实扛起城市主体责任,确保实现稳地价、稳房价、稳预期目标。

最新约谈为什么是这5个城市?

数据显示,从2020年5月至2021年

2月,广州新房、二手房均价已连涨10个月,平均环比涨幅分别为7.2%、9.7%;合肥则是从2020年6月开始新房连涨9个月、二手房连涨12个月;宁波近年更是一二手房均价连涨12个月。作为强三线城市的东莞和南通,近期土拍市场火热也引起各方关注。

与此前“督导”的方式不同,本次住建部采用的方式是“约谈”。

在约谈中,住建部关于“切实提高政治站位”“切实扛起城市主体责任”的表述,充分显示了中央对楼市调控的态度变得更加严厉。

当前房地产和房地产调控,不只是经济问题,故地方政府不能有丝毫马虎。

也许有人会奇怪,广州、东莞、合肥近期不是已经出手加码调控了吗?为什么也会出现在约谈的名单中?

实际上,住建部约谈中对此有所肯定,认为“对稳定市场起到了一定作用”,但同时强调“要加强实施效果评估”,“增强工作的积极性、主动性,紧盯新情况新问题,及时采取针对性措施,精准调控,坚决遏制投机炒房”。

言外之意,“实施效果”尚不尽如人意。地方政府调控楼市,不能只顾埋头出政策,必须紧盯新情况新问题,以实施效果为唯一评价标准。换句话说,像过去那样,房价越调越涨、楼市越调越热,这是无法容忍的。

目前房地产调控中都出现了哪些新情况,近期曝光的深房理骗取经营贷炒房的事件颇能说明问题。

前不久,深圳公布了辖内经营贷违规炒房的排查结果:自2020年4月以来,监管共对辖内中资商业银行15.4万笔、1771.73亿元经营贷进行全面排查,提前收回21笔、5180万元涉嫌违规贷款。数据一出,舆论哗然,原因很简单,排查结果显示的5180万元,不过是深圳去年经营贷总额的0.2%,也就是半套深圳湾豪宅的价格而已。

如今,深房理的炒房产业链被揭示暴露出来。单纯的炒房与法律无关,但通过骗取购房资格、非法集资、骗取信贷

资金、虚假广告、发布虚假信息等构成的炒房产业链。不仅自己炒房,而且将炒房规模化、公司化,深房理的野蛮生长,让调控政策显得有些尴尬。

深房理逐步做大的过程,同时也是楼市调控逐步加码的过程。如果没有一封内部曝光的举报信,深房理能否引起监管部门的注意?楼市火热的城市,到底有多少个“深房理”?这些问题耐人寻味。

深房理事件引出七个监管部门出面调查,是否杀鸡用了牛刀?答案是否定的。住建部约谈释放的信息很清晰:调控不能满足于头痛医头,必须做到滴水不漏。“政治站位”四个字的分量,值得地方政府认真掂量。□

人民币汇率连贬七周 专家：不会出现趋势性贬值 可考虑配置债券

时代周报记者 张晓添 发自北京

继2020年6月以来持续升值后,人民币兑美元汇率一段时间以来呈现波动态势。清明节假期前,人民币兑美元一度连续七周下跌,创去年12月以来新低。

人民币汇率波动对出口企业和居民跨境消费有着广泛影响。近期的人民币兑美元贬值,意味着境内企业的出口商品以美元计价时价格降低,而境内居民购买以美元计价的商品和服务时成本更高。

接下来,人民币汇率走势将会如何?多位专家向时代周报记者表示,由于预计短期内美元将保持强劲,因此人民币可能面临一定的贬值压力。

双向波动新常态

从去年5月底到今年2月末,在岸人民币兑美元收盘价从最低7.13左右大幅升高至最高6.43左右。这一过程中,金融市场对于人民币保持升值走势产生了较强预期。部分机构曾预计,人民币在2021年年底前将升值至6.32附近,甚至有机构预测年内人民币有可能升破6。

然而,进入2月以来,此前显著的升值趋势有所反转。截至4月2日,也就是清明节假期前的最后一个交易日,在岸人民币兑美元收盘价跌至6.57。而根据最新数据显示,4月8日人民币兑美元中间价下调79个基点,报6.5463。

国家外汇管理局国际收支司原司长、中银证券全球首席经济学家管涛4月7日在新华社主办的《经济参考报》刊文表示,近期人民币汇率回落,

仍属于健康、正常的调整,反映人民币汇率步入了双向波动的新常态。管涛还指出,双向波动有助于缓解持续单边升值给国内企业造成的财务压力。

浙江宁波一位熟悉当地外贸企业的政府工作人员向时代周报记者表示,当前工业原材料价格和工资水平处于上升态势中,再加上人民币此前升值势头,给企业造成了一定的成本压力。

短期来看,较大规模的出口企业具有汇率风险管理机制,而规模较小的出口企业则更容易受到汇率升值的冲击。“小企业大多只能‘靠天吃饭’。”上述政府工作人员透露,部分企业为了维系老客户,会等待汇率回落时再对前期接下的订单进行交付结算。

对于接下来人民币汇率的走势,摩根士丹利华鑫证券首席经济学家章俊在接受时代周报记者采访时预计,短期内人民币兑美元汇率会经历一些回调,但他并不认为会出现趋势性的贬值。“长期而言,人民币汇率依然会在一个区间内双向波动。”

影响人民币兑美元汇率的一个主要因素在于中国与美国利率水平的差异,而利率水平可在很大程度上反映经济状况。金融机构通常用两国基准的十年期国债收益率来进行对比。章俊分析说,只要美国的通胀格局不发生根本变化,今年中美10年期国债利差可能保持在100—150个基点。“这是一个比较合理的水平,不会造成(中国境内)资本大幅流出。”

中美利差收窄,美元指数短期强势

2020年年初,美国经济遭受新冠肺炎疫情重创,十年期美国国债收益率一度跌至0.5%的低位。中国经济则

率先走出疫情影响,利率水平也快速回升。十年期中国国债收益率于去年9月前后便已恢复到疫情前水平,并于当年11月中旬创下3.34%的年内高点。

这使得中美利差在2020年下半年一度达到250个基点以上(1个基点代表0.01%)的历史性高位,也是导致此前一个阶段人民币兑美元大幅升值的主要原因之一。

而近几个月来,随着美国疫苗接种进度加快,且拜登政府出台了新一轮大规模经济刺激计划,美国经济复苏预期有所升温。这种情况下,中美利差正呈现大幅收窄的态势。时代周报记者梳理数据发现,截至4月2日,中美十年期国债收益率利差已经收缩至149个基点。

“人民币升值的趋势可能暂时受阻,因为美元短期有可能会持续走强。人民币2020年下半年的走强,主要受美元走弱推动。同样,人民币目前的走弱,也是受美元走强的推动。”国家金融与发展实验室特聘高级研究员戴险峰如是告诉时代周报记者。

截至4月7日,美元指数收于92.45,去年底时则一度跌破90。美元指数用于衡量美元兑欧元、日元等六种主要货币的汇率变化,其中并不包括人民币。美元指数走强,是由于美国与欧元区等经济体利差扩大,而这背后是因为美国经济的表现相对这些经济体而言更好。

戴险峰说,未来两个月后,疫苗在美国可能就会全面普及,美国经济因此有望迅速反弹,并且在未来几个月都有可能维持相对优势,“这会在短期内推动美元的强势”。

不仅如此,中美经济表现的差距也可能较去年缩小。章俊分析说,去

年中国经济基本面明显优于海外,这为人民币持续走强提供了动力。“现在来看,全球疫情一定程度上得到控制,疫苗正在广泛接种,海外、特别是发达国家经济都在持续复苏。中国与海外经济基本面的差异也随之在收窄。”他对记者表示。

事实也确实如此,国际货币基金组织(IMF)4月6日发布的最新预测数据显示,美国经济今年预计增长6.4%,中国今年预计将增长8.4%。

恒生银行(中国)首席经济学家王丹在接受时代周报记者采访时认为,今年二、三季度,人民币贬值力量可能会占据主导,但从长期来看,由于中国的实际生产率预期增速高于美国,人民币仍会面临实际升值的压力。

美元指数回升的势头未来也可能逆转。戴险峰认为,当全球经济都从疫情中走出时,资金可能再次从美国流出,尤其是流入发展中国家,以寻求更高的回报——这会使得美元再次走弱。但由于今年发展中国家在疫苗接种方面都会落后于发达国家,因此他预计,发展中国家经济反弹更快的情况会更晚,或许要到2022年才会出现,从而推迟美元再次走弱的时间。

基于目前的人民币汇率波动情况,王丹建议企业和居民根据自身财务状况做好风险对冲。“中国小企业在过去会依赖自身对于货币走势的判断,甚至希望从波动中盈利,但由于巨大的市场不确定性,未来需要尽力做到‘风险中性’。”

在居民投资理财方面,王丹建议公众依靠专业机构应对外汇风险。同时,她认为当前中国债券市场的吸引力超过股市,公众在一般投资策略中可考虑更多配置债券而非股票。□

8.4

%

◀

诺奖得主中国行
NOBEL
LAUREATE'S
CHINA
TOUR



THE TIME WEEKLY
时代周报

“

市场的设计必须与周围相关因素相融合,多数中国市场必须是由相当熟悉中国市场详情的中国经济学家来设计。

Alvin Roth
埃文·罗斯
2012年诺贝尔经济学奖得主

诺奖得主中国行

创立于2009年,是由《时代周报》倾力打造的年度品牌活动



3月PPI刷新28个月新高 专家预计通胀将温和走高

时代周报记者 梁施婷 发自广州

大宗商品价格上行，推高3月份的工业生产者出厂价格（PPI）走上28个月以来的新高。

国家统计局4月9日公布的数据显示，3月份的PPI同比上涨4.4%，涨幅比上月扩大2.7个百分点。在3月份4.4%的同比涨幅中，新涨价影响约为3.4个百分点，去年价格变动的翘尾影响约为1.0个百分点。

环比数据显示，国际原油价格持续上行，带动国内石油相关行业价格涨幅扩大，其中石油和天然气开采业价格上涨9.8%，石油、煤炭及其他燃料加工业价格上涨5.7%，化学原料和化学制品制造业价格上涨5.3%，涨幅分别扩大2.3个、0.8个和3.2个百分点。

受进口铁矿石价格上涨、国内工业生产和投资需求上升等因素影响，黑色金属冶炼和压延加工业价格上涨4.7%，涨幅扩大2.4个百分点。

与此同时，近期国际市场铜、铝等有色金属价格也上涨较多，推动国内有色金属冶炼和压延加工业价格上涨4.5%，涨幅扩大3.0个百分点。据国家统计局测算，上述五个行业合计影响PPI上涨约1.27个百分点，占总涨幅的八成。煤炭开采和洗选业价格由涨转降，下降3.1%。

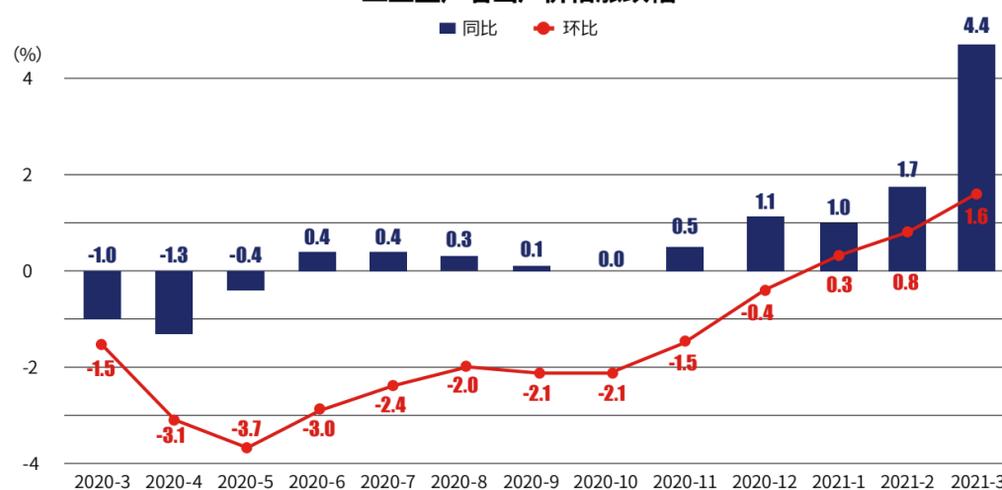
在近日公布的3月份PMI（制造业采购经理指数）数据也显示，主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为69.4%和59.8%，高于上月2.7个和1.3个百分点。已经有调查企业反映，受境外疫情反复及国际经贸不畅等

因素影响，近期部分进口原材料供应不足，价格上涨明显，交货周期延长。

事实上，近期，国际大宗商品涨价明显已经受到关注。在4月8日举行的国务院金融稳定发展委员会会议也强调，要保持物价基本稳定，特别是关注大宗商品价格走势。

以钢材为例，根据Wind数据显示，4月7日螺纹钢价格已经达到5132.66元每吨，较年初的低位上涨了17.3%。在供给方面，分析机构预计今年钢材产量只减不减，随着钢材消费逐步回升，未来钢材价格易涨难跌。与此同时，多个省份纷纷下达环保限产

工业生产者出厂价格涨跌幅



图片来源：国家统计局

通知，国家发改委和工信部亦于日前发布消息，称将于2021年组织开展全国范围的钢材去产能“回头看”。

从趋势来看，光大银行金融市场部分析师周茂华在接受时代周报记者采访时认为，国内需求回暖、低基数效应将推动未来几个月PPI同比有望进一步走高，高点或在七八月份。

与此同时，市场也在留意通胀预期会如何影响央行的态度。兴业银行分析认为，尽管年内加息可能性较小，但流动性可能边际收紧，对资金面和债券利率形成压力。

对此，周茂华表示，3月通胀预

期不改货币政策“稳”字当头，整体看国内政策不会急转弯，央行有望延续灵活调节，确保资金面维持紧平衡格局。不过，他同时表示，债市确实面临来自多方面压力。

“一是宏观经济延续良好复苏态势，通胀有望温和走高；二是货币政策缓慢回归中性；三是国内债市供给仍存在一定压力；四是美债利率中枢抬升外溢效应。”周茂华认为，由于全球经济仍处于恢复阶段，需求仍滞后于供给端，全球央行政策并未急转弯，央行对资金面呵护，预计利率上升节奏缓慢。■

D

时代数据

打造智能数据媒体平台

Data Changes the World



做大做强中心城区 杭州区划调整尘埃落定

时代周报记者 谢江珊 发自上海

徐长乐对时代周报记者分析，每一个城市的发展在不同时期，战略选择在空间上必然有所突破。杭州从西湖时代走向钱塘江时代，城市重心向钱塘江沿岸转移，一直到钱塘江河口再到杭州湾湾心，但行政区划并没有跟进调整。“这次规划调整，从城市空间走向看，有助于推进环杭州湾规划建设需求，更有利于跟上海、长三角一体化的协调发展。”

坊间传言已久的杭州行政区划调整，在4月9日迎来官宣。

浙江省政府官网发布《关于调整杭州市部分行政区划的通知》，撤销杭州市上城区、江干区，设立新的杭州市上城区；撤销杭州市下城区、拱墅区，设立新的杭州市拱墅区；撤销杭州市余杭区，设立新的杭州市余杭区；设立杭州市临平区、钱塘区。

此次行政区划调整后，杭州仍维持10个区、2个县，代管1个县级市的格局，总体建制数不变。

行政区划的每一次调整，往往改变一座城市的发展轨迹。杭州一口气调整6个区，目的是为了什么？

杭州市行政区划优化调整实施工作领导小组办公室主任张仲灿解读称，此次部分行政区划优化调整，是优化城市内部空间结构，有利于解决城区“大的过大、小的过小”问题，促进区域协调发展，增强城市承载力和辐射力。

华东师范大学教授、南通大学江苏长江经济带研究院特聘教授徐长乐对时代周报记者分析，每一个城市的发展在不同时期，战略选择在空间上必然有所突破。杭州从西湖时代走向钱塘江时代，城市重心向钱塘江沿岸转移，一直到钱塘江河口再到杭州湾湾心，但行政区划并没有跟进调整。“这次规划调整，从城市空间走向看，有助于推进环杭州湾规划建设需求，更有利于跟上海、长三角一体化的协调发展。”

小的很小，大的过大

杭州各区一直是“小的很小，大的过大”。

本轮区划调整前，杭州的中心城区除了西湖区，其余区的面积均不足100平方千米，是名副其实的迷你区，尤其是核心主城区——上城区、下城区，面积分别只有26平方千米、29.3平方千米。

新城区如余杭区、萧山区、临安区都是特大型区。面积最大的临安区（总面积3126.8平方千米），是最小的上城区面积的120倍。

有人曾形象比喻道：“萧山余杭



是大象，上城下城是兔子，江干拱墅是只羊。”

大区小区体量悬殊，迷你区太多，影响了杭州经济社会的均衡发展。

以人口为例，根据杭州市常住人口主要数据公报，2019年年末，杭州全市常住人口突破千万，达到1036万人，比2018年年末净增55万人。

其中，余杭区常住人口最多，为189万人，增量也最多。28.8万人，占全市常住人口增量的一半。萧山区、西湖区常住人口分别为全市第二和第三，分别为158万人、90万人，增量超6万人。

但人口的流动方向和聚集，与优质教育、医疗资源并不匹配。

杭州市26家省属、市属三甲医院院区有一半以上集中在上城区、下城区等老城区，小学、初中名校众多，优质的医疗、教育等公共服务资源密集。外围区域如江干、拱墅、萧山、余杭等城区，优质公共服务资源相对不足。

杭州市城市规划委员会办公室副主任汤海儒曾坦言，由于行政区划与经济区划、功能分工不相匹配，在调动区的积极性，避免重复建设、恶性竞争上，杭州存在缺陷；由于各区小的很小，大的过大，不利于区一级管理权限设定的公平性，“分析杭州存在的问题，加强行政区划优化的研究，

使行政区划与经济区划匹配起来，促进经济社会的健康发展，是利民利己、迫在眉睫的大事”。

“杭州是长三角城市群区域面积最大的一个城市，空间资源丰富，但内部区划很不平衡。”徐长乐指出，通过这次区划调整，把原来中心城区合并为两个，做大做强中心城区能级。“大的太大，小的太小，从管理和资源分配角度都不利。钱塘新区实际上分割了萧山区，临平新区分割了余杭区。把两个最大的区，通过分割进行统筹与协调，这样比较有利。”

如今，机智的网友为新杭州十区发展寄予了希望，甚至咏出了一首打油诗：

东临西临安，东西平安；
南富阳北余杭，南北富余；
萧山滨江西湖，笑傲江湖；
拱墅钱塘上城，共享前程。

重点区域重点突破

自1996年以来，杭州经历多次区划调整，基本是围绕扩大空间范围来调整。但这次区划调整的目的有所不同——实现区域融合、要素互通，协调资源配置，增强核心功能。

浙江区域高质量发展战略研究中心执行主任朱李鸣在接受时代周

报记者采访时表示，跟以往的调整不同，本次区划调整使得区域面积更加均衡，而且行政区跟重点发展的特色产业紧密结合。“对提高杭州整体资源优化配置，提升城市整体竞争力有非常大的帮助。”

以原余杭区为例，1228.41平方千米，一分为二，设立新的余杭区、临平区，以此解决区内发展不平衡的问题，政治中心和经济中心分裂不利于管理。

原余杭区的西边，有阿里巴巴和未来科技城，前者是互联网巨头，后者被中组部、国务院国资委列为全国四大未来科技城之一，定位为浙江高端人才集聚区。东边则是区政府所在的临平，交通发达，医疗、教育资源集中，但产业相对薄弱，甚至有声音吐槽“临平是靠着‘吸’余杭区的财政收入发展”。

如今，重点区域将重点突破，以此增强杭州的城市竞争力。

“新余杭区整合了未来科技城、南湖科技城，是未来杭州的科创中心、创新策源地。”朱李鸣说道。

另一个重点区域钱塘新区，“转正”成为钱塘区。

钱塘新区是在原杭州大江东产业集聚区和原杭州经济技术开发区的基础上，整合而成的经济功能区。2019年4月挂牌成立，至今不过两年的钱塘新区是杭州都市区东部门户和浙江省环杭州湾大湾区建设中重点打造的“四区”之一，打造成为世界级智能制造产业集群、长三角产城融合发展示范区、全省标志性战略性改革开放大平台、杭州湾数字经济与高端制造融合创新发展引领区。

短短两年时间，钱塘新区从功能区升格为独立的行政区，有了更大的自主权，不难看出杭州对钱塘的偏爱。

“这里既是杭州国家级高新区的所在地，又是浙江省环杭州湾大湾区建设的湾心所在，既可以辐射杭州湾南岸，也可以辐射杭州湾北岸，位置非常关键和重要。在这里新设钱塘区，对整个杭州湾的战略和规划，起到非常好的中心带动作用。”徐长乐补充表示，设立临平区、钱塘区这两个新区，代表这是杭州未来城市发展的战略重心，将不断向东、向海、向杭州湾转移。■

海南松绑处方药

上接P1

海南为何会成为首个吃螃蟹者？时代周报记者从国家发改委了解到，这是考虑到博鳌乐城是国际医疗旅游先行区，部分处方药只在海南售卖，异地就医的患者回到本地以后，想再次买药只能回到海南医院复诊后购买，非常不便。

史立臣认为，在海南率先开展互联网处方药销售试点，表面上是强化博鳌乐城国际医疗旅游先行区的相关业务。实际上，由于互联网销售范围面向全国，国内其他省份的患者也可以通过互联网购买处方药，相当于各个省份都放开购买。

或推动处方药降价

随着生活节奏加快，人们对便捷性的要求不断提高，网络购药的需求越发普遍。

根据医药健康信息平台米内网发布的数据，2019年中国实体药店和网上药店的销售额为6620亿元，同比增长8.4%。其中，网上药店销售额为1251亿元，占比18.9%，该比例在2013年仅为1.2%。“线上买药不能用医保支付，主要是自费，网上药店销售额超过千亿元，说明市场需求很大。”史立臣表示。

与OTC非处方药不同，处方药的安全级别和用药风险更高，按照我国

相关法规，处方药必须凭执业医师处方才能购买使用，并要在医生指导下使用。这导致目前互联网销售的药品绝大部分是OTC非处方药，处方药多为线下售卖，为患者购药带来诸多的不便。

2019年修订的《国家药品管理法》规定，除特殊管理的药品外，不再禁止网络销售处方药。2020年11月，国家药监局综合司发布的《药品网络销售监督管理办法（征求意见稿）》进一步指出，在确保电子处方来源真实、可靠的前提下，允许网络销售处方药；同时，允许具备网络销售处方药条件的药品零售企业向公众展示处方药信息。

这些法律法规的变化，也与“十四五”规划提出的“支持社会办医，推广远程医疗”的要求相符。

史立臣认为，如果全面放开网售处方药，患者买药可能不只是去药店或医院，还可以线上购买。由于医院门诊使用制剂占主流，网上销售以口服药为主，故传统药店受影响较大，经营模式可能会发生变革。

“任何一个药店不管是单体还是连锁，以前服务半径最多几公里。一旦放开网售，任何一个药店在网上面对的是全国甚至全球市场，销售半径无限扩大。”史立臣说道。

一位参与海南互联网处方药销售改革的央企人士告诉时代周报记

者，如果在全国全面放开网售处方药，会倒逼医药产业链乃至整个利益格局的调整。“通过互联网销售处方药，可以挤掉中间环节的水分，推动高价处方药价格下降，对老百姓来讲是好事，但这需要国家层面下决心。”

史立臣认为，若全面放开网售处方药，药价会在一定程度上降下来。但他也指出，现在药品垄断比较普遍，原料价格涨幅较大，如果国家把原料垄断问题解决了，不管是线下还是线上，整体药价水平都会大幅度下降。

存在多个监管难点

当前，网售处方药尚未全面放开，但网上药店销售乱象频出，甚至引发悲剧。2018年，两名女孩先后网购处方药秋水仙碱片剂，均因过量服用而亡，引发人们对处方药使用和管理的关注。

此外，“网购精神药品服用致昏迷”“自购安定药治失眠被诊断药物上瘾”“超量购药致肝衰竭”等新闻事件屡次出现，其中多数涉事药品都是处方药。

与线下监管不同，处方药线上销售存在处方互认、患者隐私保护、物流配送、医保结算等多个难点，监管难度更大。

前述央企人士主要负责网售处方药的流通环节，他表示，处方药从药厂到消费者手中，每一个环节都不

➡

按照我国相关法规，处方药必须凭执业医师处方才能购买使用，并要在医生指导下使用。这导致目前互联网销售的药品绝大部分是OTC非处方药，处方药多为线下售卖，为患者购药带来诸多的不便。

能出问题。要确保处方药的安全性，不能乱用或滥卖，物流过程要做到全程数字化、全程可追溯，目前公司正在做相关的技术准备。

史立臣指出，有些药品在运输时需要恒温，如果温度太高或太低，就会失效。现在符合GSP标准、具备药品物流资质快递公司较少，绝大多数药品都是通过日常物流快递方式进行配送。

除了物流配送，药品对患者疾病是否匹配也是难点。史立臣表示：“有些处方药副作用比较大，患者自行购买后，发生毒副作用。比如说引起死亡，这个责任到底归谁？所以处方药销售必须要有处方，对于处方的监管也是一大核心。线上不允许首诊，处方必须是由线下医生开具，这种情况下处方药使用是安全的，因为患者之前使用过。”

至于网售处方药的医保结算，史立臣认为，技术上的难度并不大，主要是医保资金池管理问题。“举个简单的例子，一些不发达省份，患者只有住院时，医保才能报销，而长期用药的慢病患者，不住院的话，医保就不能报销，但有些省份可以报销。现在全国医保报销压力很大，如果把慢病长期用药纳入进来，压力就更大了。”

前述央企人士表示，希望相关部门能提供互联网处方药销售资质支持，企业才能依法合规网售处方药。■

FOCUS · 焦点



坟地江湖

时代周报记者 陈佳慧

听说过房地产，但你听说过“坟地江湖”吗？

A股市场上，做“坟地江湖”的公司，毛利比房地产行业高了三倍有余。以福成股份为例，2020年财报显示，该公司共销售墓位1823个，实现营业收入8238.6万元，以此计算，平均一个墓位收入约4.52万元；毛利率达到81.01%。

相比之下，三大房企恒大、万科、碧桂园的毛利率分别为24.17%、29.25%、21.8%。

福成股份经营的两大墓园：燕郊灵山宝塔陵园和湖南天福德地陵园出售的墓穴平均面积为1平方米，这意味着：一平方米墓穴的价格超过4万元。

殡葬业的钱似乎很好赚。

3月16日，在昆明晋龙如意园举行的清明节新闻发布会上，昆明晋龙如意园相关负责人向大众推荐了“墓地贷”，随后该热词一举冲上热搜。

虽然“墓地贷”随后遭到央行痛批，并停止发售，但这一事件背后隐现的现象是：墓地已经与房子一样，进入了“地产”时代。

生有房地产，亡有“坟地江湖”，这样的情形，与香港何其相似。以高房价、寸土寸金著称的香港，已将一切都经历过，往回看，或许能得到一些启示。

香港殡葬：逝者的割房叫价500万

居住面积太小，是香港生者与逝者都面临的大问题。

在内地，一般而言，逝者火化后会被送往拥有统一管理、良好绿化的建造墓地。在香港，这种“入土为安”的墓地被称为“永久坟场”。

时代周报记者查阅香港墓地交易网站“28Niches”后发现，目前该网站已无位于香港本土的永久坟场“墓源”。另外一家殡葬服务公司“恩福”则向记者推荐深圳的“墓源”。

根据“28Niches”官网的数据，深圳大鹏湾华侨墓园一手墓地叫价168万港元（约合人民币140万元）。据《卫报》报道，同样的墓地在香港则需要300万—500万港元（约合人民币420万元）。

高企的价位将“入土为安”推离普通人的承受范围。更可能被普通大众所接受的安葬形式，是在存放骨灰的“龕场”购买一个龕位，也就是墙上的一个骨灰格子。

龕场等同于内地公墓的环境，安置骨灰盒的龕位也如同储物柜一般。但龕位的价格有所差异。

根据香港拥有百年历史的坟场运营机构“华永会”的价目表，目前在运营的龕位主要分为三类。

第一类为一次性付清的普通龕位，叫价28万元，一次性付清；第二类为乙类龕位，首付仅需2.8万元，每10年续期一次，续期价格为2万元；丙类

龕位只需要10万元，安置期10年，不可续期。

乙类龕位无人续期或无力续期，丙类龕位到期后，“必须迁出先人”。

如果想为亲人挑选“风水”稍好的龕位，则叫价更高。时代周报记者查询发现，位于“风水宝地”沙田道福山祠的全新龕位叫价130万港元（约合人民币110万元），同龕场的二手龕位大约需要30万港元。

据《路透社》报道，粉岭龙山（Lung Shan）龕场大约A4纸大小的“风水”龕位叫价180万港元（约合人民币150万元）。

据华永会官网数据，28万港元普通龕位内的可用面积不得超过9×21厘米。以此计算，一平方米龕位的平均售价至少为500万港元。

财力不雄厚的居民还可申请公营性质的龕位，但需要“摇号”分配。2020年去世的居民，其家人等待公营龕位的时间，已经排到了7年以后。

龕位数量不足的情况还在愈演愈烈，根据《文汇报》测算，截至2020年10月，约有12.6万逝者未能获得龕位安葬骨灰。

即便有幸摇到了龕位，每逢清明等重要日期，亲人们也只能排队祭拜。排队取出骨灰盒，轮流在公用的神位上祭拜，每人15分钟。

但在香港公营龕场中，有一半以上的骨灰盒从未有人祭拜，很难评价他们与尚未获得龕位、但有亲人陪伴的逝者，谁更幸运。

墓地是刚需吗？

炒房界有一句话：“上涨无房源，下跌无刚需。”放在墓地行业则很容易反驳，因为“人死就是刚需”。

为解决这一刚需问题，香港特区政府积极推行花园葬、海葬等“绿色墓葬”。但新型的墓葬形式很可能将亲人去世与墓地间的关系打破，因而受到传统思想的挑战。但也许是受制于经济条件，新型墓葬形式价格低、环境友好的特点还是让使用人数逐年攀升。

据《卫报》统计，2019年，香港使用“绿色墓葬”来安葬去世亲人的比例已经接近15%。

在内地，地方政府推行的如“树葬”“花坛葬”等方式虽过往遭到冷遇，但年轻一代已逐渐表现出对这些生态友好型墓葬方式的认可态度。同时，新技术的出现也使得亲人对逝者的陪伴方式变得更加多样。

2017年，浙江杭州已经出现将骨灰制作成宝石长久保存的丧葬案例。香港地区也出现将亲人骨灰制作成宝石制作成饰品随身携带的案例。

据北京市八宝山殡仪馆工作人员介绍，“宝石”是通过高温高压、添加合成材料等技术，将骨灰全部压缩为很小的宝石，或者与红宝石等矿物质一起合成，制作成多种宝石，镶嵌在纪念装置里，或者做成戒指、项链等饰品。

将骨灰制成“宝石”价格并不低。上述工作人员介绍，定价最低也要数千港元，八宝山殡仪馆现场即可制作，两小时左右就可以完成。

北上买墓

公营的龕场无法满足需求，私营的骨灰场所这一“灰产”便应运而生。

例如有人会将家属骨灰存放在棺材店、酒店这种“临时寄存点”。但2014年，香港特区政府制定私营骨灰场所管理相关条例，重拳整治了约1000家违规的私营骨灰场所，将私营龕场牌照化。

私营骨灰管理场所大幅减少，公营龕位又无法满足需求。内地“坟地江湖”看到了新的商业机会。2015年，港媒曾报道过大量香港市民北上内地购买墓地的消息。

据《大公报》报道，香港居民北上购买墓地的路线主要以厦深铁路、广深高铁沿线为主，尤其偏爱汕头、惠东等侨乡地区，深圳便有专门针对香港居民的墓园，每年清明有超过10万香港市民前往拜祭。

除去祖籍潮汕地区的香港居民抱有“落叶归根”的想法外，价格因素是香港居民北上购买墓地最主要的动力。

但据《路透社》报道，殡葬运营机构Sage International的市场总监Besty表示，2005—2015年，广东省（与香港接壤）的永久墓地价格上涨了至少十倍，现在单个墓地售价已经接近人民币20万元。

2015年后，香港居民原本的“北上”选择、距离九龙市中心只需一个半小时的深圳大鹏湾华侨墓园已经让普通相关居民难以负担。据香港骨灰位交易中心最新的数据，大鹏湾墓园目前“墓源”叫价50万元人民币起。

深圳其他地方的情况也差不多。

深圳市政府兴建的吉田墓园工作人员对时代周报记者介绍，当前该墓园已无墓地可卖，另有墓园正在开发，开发出来后方可售卖，价格“10多万元一块”，每块墓地大小为1.6—2平方米，平均每平方米售价约为5万元。

“这算便宜的了，因为地是政府提供的。外面的私人墓地更贵，10万元钱你肯定买不到的。”吉田墓园的工作人员表示。

深圳市新桥街道大王山墓园的工作人员对时代周报记者表示，该墓园早就没有墓地可卖了：“10多年前，私人转让墓地的费用就已超过20万元，墓地面积为2.34平方米。”

根据深圳房地产信息网的数据，10年前的2011年4月，深圳市平均房价为20355元/平方米。

无奈之下，香港居民只好选择更为便宜的惠东地区。

惠州罗浮净土人文纪念园销售人员陈先生告诉时代周报记者，目前园区内普通墓地售价在3.6万—5万元。这个价格不但比香港私营龕位要便宜不少，还让先人享受“入土为安”的

待遇。

愿意“北上”的人毕竟是少数。香港殡葬业商会主席郭海邦（音译）有些悲观地表示：“很快，我们唯一的选择就是把骨灰放在家里。”

同样寸土寸金的北京、上海等地，这样的异地买墓现象也开始出现。

一位从事墓地行业10年的中介人士对时代周报记者表示：“这些年来，北京到河北买墓地的人一直都有，没有明显的上涨趋势。”

该中介介绍，河北墓地的价格多为2万元起，几千元钱的也有。相较于北京墓地的价格，要便宜很多。“我接触过北京最贵的墓地是60万元，普通双穴墓，1平方米。”北京门头沟、朝阳等区的墓地价格为10万元起。

据新华社“中国网事”记者调查，清明时节在北京和上海的一些周边地区，墓园前挤满了北京和上海的车辆。“生在北京、葬在河北；生在上海、葬在江浙”，异地墓已经成为风潮。

据河北当地销售人员介绍，上文提到的燕郊灵山宝塔陵园，墓园内80%以上的客户来自北京。

2017年，有网友爆出，南通市如皋江安苏沪佳苑小区有业主抗议该小区的住宅被上海炒房团“包圆”做公墓。

2018年，中国农业大学副教授朱毅在微博上爆料，称听说北京人在河北买住宅，不住，只放骨灰盒。

一名河北省霸州市的房产中介向时代周报记者表示，据他了解，高碑店市白沟镇、保定市均有北京人前往购买墓地的情况。

墓地也“限购”

与房地产兼具着情感、投资、住等综合作用类似，墓地也拥有自己的“投机客”，广州甚至出台管理规定，要求墓地凭“火化证”购买。

这些投机客被称为“炒坟一族”。

此前热映的电影《非诚勿扰》中，葛优饰演的秦奋和一位推销墓地的姑娘相亲，一块价值3万元的墓地已被视为天价，但推销员表示这块墓地升值空间非常被看好，几年后就可以翻涨10倍，达到30万元的价格。

这样的情况并非虚构，而是真实现状。电影2008年上映，10年后，现实中的北京墓地真的卖到了30万元。

墓地巨大的升值空间，引来众多投机客。在一些二手转卖网站，可以搜索到众多有关墓穴转让的信息。

2017年清明节，《人民日报》发文《墓地，不是用来炒的》，提及苏州市加强墓地限购的消息，让很多生活在大城市的人变得不淡定。

苏州市2017年清明工作会议强调，经营性公墓不得跨区域推销墓穴，同时禁止为尚未死亡人员购置墓穴。舆论认为，此举打响了墓地限购的“第一枪”。

炒完房地产，再炒“坟地江湖”，与居住有关的一切，都似乎有巨大利益可图。□

60

万元

500

万港元

REGION · 大湾区

既是清流也是搅局者 超级IP文和友开启深圳之旅

时代周报记者 梁施婷 石恩泽
发自深圳 广州

清明假期，深圳文和友正式开业迎客。带着首次踏足华南地区的网红茶饮连锁品牌“茶颜悦色”的快闪店，文和友迅速冲上了微博热搜榜单。

时代周报记者在现场看到，4月2日开业首日，超过5万名消费者拿号等候进入深圳超级文和友，排队的人龙从入口绵延至旁边的布吉河并拐了几个弯，甚至因为堵塞交通引起交警部门关注，而文和友内部也对于这一问题十分着急。据接近深圳文和友的人士透露，自4月1日开业以来，主创团队连夜开会至凌晨2—3点。

与此同时，茶颜悦色也供不应求。时代周报记者从某二手交易平台联系到深圳茶颜悦色的代购者了解到，场外黄牛收购茶颜悦色的价格在2日高达168元/两杯，而到了3日茶颜悦色实行每人限购两杯之后，收购价格甚至冲上了258元/两杯。

但假期结束后，深圳超级文和友的人气迅速回落。4月6日晚上8点，时代周报记者查询发现，当时的排队等候人数已遭到“脚踝斩”，排队人数一度只剩下个位数。

在深圳再造一个超级文和友，究竟是网红文化的复制粘贴，还是如文和友方面在回应时代周报记者提问时所表示的：“我们通过挖掘深圳的城市性格，为城市增添繁荣活力和烟火气息。”

周边一房难求

已进驻深圳超级文和友的商户负责人罗晶晶（化名）目睹了这个网红品牌从筹备以来对周边商业环境的渗透与影响，其中最直接的一个是：附近宾馆住宿价格一路上涨。

“房租在年前和年后都不一样，我们员工宿舍的租金就能很明显地感受到，去年是每月6000元，现在已经是6800元了。”不仅如此，据罗晶晶介绍，临近文和友的深圳凯悦嘉轩酒店房价去年一晚是350元，到了今年已涨到500元，“而且在文和友开业前内测的那几天，附近酒店全部满房了。”

这样旺盛的消费热情，即便对深圳罗湖区来说也可谓难得一见。

“加快国际消费中心城市核心区建设”，是2021年罗湖区政府工作报告定下的发展战略。去年，深圳东门步行街已被列入商务部第二批步行街改造升级试点，罗湖区希望将其建设成为全国示范步行街、高品位步行街。而深圳超级文和友的店址就位于东门步行街。

广东文商旅规划研究院院长宋丁在接受时代周报记者采访时分析认为，围绕建设国际消费中心城市核心区的区域战略定位，结合临近香港的优势，罗湖区会积极推动消费新业态新模式的发展。

诞生于湖南长沙的超级文和友与罗湖区的发展定位正好吻合——与其说文和友是一个大型餐饮综合体，不如说它是一个城市美食与文化的公共空间。而其特有的怀旧、复古调性，在当下的社交媒体以及年轻群体中具有巨大的号召力。

去年7月，广州成为超级文和友走出长沙的第一站。与长沙店风格相似，广州超级文和友斥资两亿元在市中心地带，打造了一个近5000平方米的美食主题游乐园，开业时一度出现排队3000桌、平均排队4小时的盛况。

广州庞大的消费市场正是吸引文和友的首要目标。《广州蓝皮书：广州国际商贸中心发展报告（2020）》指出，2019年，广州市住宿餐饮业实现零售额1270.17亿元，同比增长8.1%，广州人均餐饮消费支出连续多年保持全国第一。

文和友此番布局深圳，标志性的水泥地板、五光十色的招牌、生锈的铁窗等等，再度复刻出它的鲜明特质。而深圳亦具有多元的餐饮消费市场和巨大市场潜力，据《深圳市饮食服务行业协会2020年的统计报告》显



从商业的角度来看，这意味着未来文和友不能仅停留在现阶段做餐饮界的“包租婆”，而需要建立起一个具有用户黏性、且能为整体营收带来稳定现金流的商业模式。

示，深圳市餐饮服务行业经营门店超13万家，年营业额近900亿元规模。

在深圳经济高速发展前期，发挥了产业基础优势和毗邻香港的优越区位优势，而文和友选择的罗湖区也一直是深圳当之无愧的CBD区域。持续发展过程中还催生出口岸板块、东门板块以及华润万象城板块，形成了罗湖区的金三角商业消费空间。在宋丁看来，这些基础条件为罗湖的商业发展奠定了非常好的基础。“从目前的商业成交来看，万象城仍然是深圳年交易额最大的商业中心，罗湖的商业底气还是很强的。”

有意思的是，在距离深圳文和友700米外的地方，罗湖东门町商业区已伫立近30年，这里曾诞生了中国大陆首家麦当劳。在这家麦当劳开店首日，等着进餐的队伍常常从二楼排到一楼，有时还围着旁边的光华楼绕一两圈。这个场面放在今天似曾相识。

时代周报记者走访东门町商业区时注意到，相比起超级文和友，东门町商业区美食街内店铺的密度更高，油烟与人烟鼎盛。一名花甲粉店主向时代周报记者表示，自己并不担心新开的文和友会影响其生意，相反，他认为文和友对于带旺周边商业更有帮助。

但这名店主却并不看好未来文和友的发展——在他看来，文和友是在做高风险的“资本生意”。

而宋丁则认为，对罗湖区乃至深圳的传统商业形态而言，文和友的出现既是一股清流，也是一个搅局者。相比于传统的购物商场，文和友是一种重大的变革，打破了传统购物商场的套路、模式。

“文和友在商业文化消费方面是一次非常大胆的尝试。如果沿着这样的路线，有效地导入这种创新的理念、业态和新型的场景，我觉得罗湖未来发展成国际消费中心将有更大的空间场景，这让我充满了期待。”宋丁说。

VC圈热捧，商户用脚投票

花甲粉店主的质疑并非个案，对于超级文和友的发展前景，市场上至今仍有诸多争议。

但即便如此，不少创投机构（VC）仍想要圈中文和友这匹“黑马”。其中，专注于大消费服务领域的加华资本管理股份有限公司在2020年对文和友独家投资了近1亿元。

一位接近加华LP（出资人）的人士向时代周报记者透露，文和友的核心竞争力在于：它聚集了一堆潮流的店铺，为年轻人打造了一个可以逛的去处。在他看来，现在文和友已经具备足够的“势能”，“至于里面的内容运作模式，可以慢慢摸索”。

上述人士认为，具备“势能”的品牌自身已拥有一定的媒体属性，比如具有吸引流量的能力、引领并教育

用户心智的能力、内容发生的能力、输出文化内涵的能力。“文和友作为小红书用户的打卡胜地，毫无疑问，它具备了一定的文化输出能力。”

远识资本董事杨宁在接受时代周报记者采访时亦认为，目前正是文和友“放开尝试”的好阶段，“现在这个时候是文和友摸索商业模式的最佳时机，可以趁着势能最高的时候，把所有潜在的‘坑’都踩了”。

“探坑”这个观点，也体现在文和友选择合作商铺的态度上。据罗晶晶介绍，文和友会根据商户的情况制定相应的租租模式：对于较小规模的店铺，采用3个月签一次的短租模式；而大型商户则签的是长约。文和友在提供给时代周报的书面答复中也表示，文和友的商户入驻是有常态的准入和迭代机制，比如“会考察商户产品的受欢迎程度进行更新”。

而对比去年开店的广州超级文和友，深圳店已增加了不少线下体验项目。例如，在B1层打造东门游戏厅；在3层与泡泡玛特联手布局潮流文化购物场景；还将沉浸式戏剧《绮梦》贯穿整个深圳文和友店内。

显然，文和友的发展规划远远不局限于餐饮界。目前看来，VC圈对于文和友的发展路径大多投出了认同票。“我认为目前文和友的思路和进化状态是非常健康的。当年中国第一批百货商店开业时，人潮涌入的状态不就跟现在的文和友一模一样吗？未来文和友也一定会往更加强娱乐的线下体验方向去演化。”杨宁说。

不过动辄数亿元的投入成本，文和友能否尽快形成一个清晰且可持续盈利的商业模式，仍然值得追问。

传统商场因吸引了众多不同品类、不同规模的品牌入驻，能获得稳定且多元的收入来源。但文和友的商铺大多数集中于各类中小美食店。而美食店经营中频现的问题是，因为更迭速度快，进而导致现金流不稳定。

早前有媒体曝出，首批入驻广州超级文和友的20多家商户采用的是收益分成的合作方式，即不支付铺租和水电费，但要按营业额的30%与文和友分成（一般分成比例不宜超过25%）。但由于后期广州超级文和友人潮褪去，商铺营收不如预期，引发了开业不足半年，已有多家知名商户退出。

一位4A广告公司的创意部总监认为，文和友内入驻的商店不够独特。“目前来看，这里面的商品并不需要人们专程来线下的文和友店铺购买。”

“这样其实很容易让文和友变成‘一次性’拍照打卡地。若要摆脱这个困境，文和友就需要给客户一个非来此不可的理由。例如，通过引入限量贩售潮牌的店铺，吸引有购买实力的群体反复排队参与其中。”该总监说。

从商业的角度看，这意味着未来文和友不能仅停留在现阶段做餐

饮的“包租婆”，而需要建立起一个具有用户黏性、且能为整体营收带来稳定现金流的商业模式。

贩卖文化能走多远？

要建立新的商业模式，也注定了文和友要去掉原有的标签。

戴德梁行深圳公司商业地产部主管及董事宋洁在接受时代周报记者采访时指出，文和友需要去掉自身“湖南长沙”的大部分文化标签，重新贴一个全国消费者都有认知共识的文化标签。“如果只是把长沙文和友复制到各大城市，本质上是在做一件让长沙市井文化在全国遍地开花的事情。”在她看来，这几乎不可能。

但寻找新的文化标签并不容易。文和友在今年引入“城市文和友”的新概念，取代原有的“超级文和友”。比方说，深圳文和友的菜单中去掉了长沙特色的小龙虾，重新塑造了一个本地化品牌——“深笨蚝”。

但对于非户籍人口占比超过6成的深圳来说，生蚝似乎并不是深圳人的共同记忆。有网友在点评网站上称，自己对于文和友卖生蚝并不买账。

而在广州超级文和友开店之初，也曾有本地人提出在店内看不见广州最具标志性的骑楼和西关大屋。

试图融入当地的文和友是否具备足够的当地属性，俨然已成为一个难以突破的阻碍。对此，宋丁认为，文和友选择一路向南探索适应的发展路线，没有贸然北上，显然也是考虑到文和友的商业业态适合在更加市场化、人口密度更大的空间里生长。

但文和友的扩张步伐仍在持续，新的承载地是南京。公开报道显示，南京超级文和友项目总投资达5亿元，计划今年年底开业。

对此，宋丁认为，南京介于南北方的位置，文化上仍然属于长江流域，“不排除在南京文和友成功的基础上，文和友继续北上在北京、天津、武汉、西安陆续延伸更多的业态”。

按照文和友此前的战略规划，以长沙海信店模式为雏形，文和友未来将在北京、上海、香港、洛杉矶等全球一线城市开出10家超级店。对于未来在北方区域的计划，文和友在答复时代周报记者时表示：“未来无限可能，如果有适当的时机北上。”

值得注意的是，一位接近文和友的人士向时代周报记者透露，文和友已有今年下半年IPO的打算。对此，文和友方面却表示不便回复。

尽管在社交媒体上已跻身超级IP行列，但在资本市场，文和友讲好故事的能力是否能赢得投资者青睐仍不可知。一名在中信证券做股权投资业务的人士向时代周报记者表示，文和友至少需要在国内一线及主要的新一线城市都有布局后，才能在资本市场有一定的说服力。□

微观视角

解读

资本趋势

THE TIME WEEKLY

时代周报

财经 FORTUNE



时代财经



时代周报微博



时代周报微信

99岁菲利普亲王去世 英国女王第一次生日没有了陪伴

时代周报记者 马妮 发自广州

英国当地时间4月9日12时20分，北京时间4月9日晚7时20分，英国王室宣布，现任女王伊丽莎白二世的丈夫、与女王相伴73年的菲利普亲王去世，享年99岁。

在声明中，英国王室写道：“女王陛下怀着沉痛的心情宣布，她深爱的丈夫、爱丁堡公爵菲利普亲王殿下去世。”英国境内所有地标性建筑都将降半旗致哀。

菲利普亲王的健康状况不佳早已不是秘密。

今年2月16日，菲利普亲王因心脏问题住进了伦敦的爱德华七世国王医院，3月3日接受了心脏手术。虽然菲利普亲王于3月底出院，但他的身体状况始终未能好转。

根据女王身边官员的邮件，菲利普亲王去世时非常平静，没有经历太大的痛苦。

这位“王室最勤奋的人”没能迈过百岁大关，也没能陪妻子度过95岁的生日。4月21日，女王伊丽莎白二世就将迎来的自己的95岁生日。

这也将是73年来，女王第一次度过没有菲利普亲王陪伴的生日。

与女王的70载岁月

1939年夏天，13岁的伊丽莎白二世随父母前往父亲的母校不列颠皇家海军学院参加游艇宴会。同样来参加宴会的还有时髦的海军学员、希腊王子、伊丽莎白二世的表哥菲利普·蒙巴顿。

据伊丽莎白二世的家庭教师克劳福德回忆，金发碧眼的菲利普有着“维京人”一样的美貌，让伊丽莎白“脸红了”。伊丽莎白的表妹玛格丽特·罗兹则回忆道：“伊丽莎白对菲利普一见钟情。”

随后的几年，两人的感情在一封封信件中升温，但事情并没有向公主王子的剧本发展：二战爆发了，菲利普亲王作为皇家海军的一员被派往前线。



战争结束后，1947年11月，菲利普与伊丽莎白二世在伦敦威斯敏斯特大教堂完婚。

在向全世界公布结婚照时，附带的公告写道：“这是选择的婚姻，而不是安排的婚姻。”

当时，菲利普亲王经济条件不足以和女王的家族相提并论，父母还都是外国人，菲利普亲王的姐姐甚至与德国纳粹贵族关系密切。连菲利普自己也称，自己是“一个没有特殊功绩或荣誉的巴尔干王子”。

当时，有报纸直呼菲利普为“匈奴”。据《卫报》当时报道，从爵位上来说，菲利普亲王的身份远不足以娶到伊丽莎白二世，两人的完婚仰赖于“国王乔治很喜欢菲利普”。

1948年11月，伊丽莎白生下了现英国皇位第一继承人，查尔斯王子。两年后，安妮公主降生。

由于叔叔为与辛普森夫人结婚而退位，继位的国王乔治也没有儿子，1952年，年仅25岁的伊丽莎白二世继位成为大不列颠国王。由于女王的头衔，她与菲利普亲王的孩子将不能跟随菲利普亲王姓，而是需要跟随王室姓氏。

1997年，在两人的50周年结婚纪念日上，菲利普亲王说：“宽容是任何幸福婚姻的一个基本要素……你可以相信我，女王是非常宽容的。”女王则表示：“这些年来，他一直是力量的来源。”

2017年，伊丽莎白女王与菲利普



这位“王室最勤奋的人”没能迈过百岁大关，也没能陪妻子度过95岁的生日。4月21日，女王伊丽莎白二世就将迎来的自己的95岁生日。

亲王度过了70周年结婚纪念日，成为了历史上唯一度过“白金婚”的王室夫妇。为了庆祝这个时刻，两人决定共进一顿小小的晚餐，并拍摄一组照片。

结婚73年来，两人育有四个孩子，有九个孙子和八个曾孙，他们并肩而行，从澳大利亚到美洲、非洲和印度，环游世界。私下里，菲利普称伊丽莎白二世为“小香肠”或者“亲爱的”。

伊丽莎白女王即将迎来自己95岁的生日，但她无法再与菲利普亲王一起共进晚餐了。

王室最勤奋的人

作为女王的丈夫，73年来，菲利普亲王参与过22191次仪式，发表了5493次演讲，陪同妻子进行了250多次海外访问，会见过世界各国的元首。他曾开玩笑称，自己是世界上“最有经验的剪彩者”。民间评论则称他为“最勤奋的王室成员”。2017年，菲利普亲王因身体原因宣布退出所有王室活动。

在每一个仪式上，菲利普亲王总是站在女王身边，或者女王身后几步的地方。英国评论认为，如果没有娶伊丽莎白，菲利普很可能成为“第一海军大臣”。

70年来，菲利普亲王参与了多项慈善事业，与800多个组织共同工作。并创立了鼓励青少年发展的“爱丁堡公爵奖”。

英国首相鲍里斯·约翰逊在唐宁街发表讲话称：“我们铭记公爵所做的一切，尤其是对女王陛下的坚定支持。70年来，他一直是女王的力量和支柱。”

工党领袖基尔·斯塔默也表达了对菲利普亲王的敬意：“英国失去了一位杰出的公仆。菲利普亲王将他的一生献给了我们的国家——从第二次世界大战期间在皇家海军的杰出职业生涯，到他作为爱丁堡公爵服务了几十年。然而，人们记住他最重要的是他对女王的非凡奉献。70多年来，他一直在她身边。他们的婚姻一直是力量、稳定和希望的象征，这种关系激励了英国和世界各地的数百万人。”

半岛旗告别东京奥运

时代周报记者 马欢

朝鲜不参加2021年奥运会了。

据新华社消息，“朝鲜体育”网站4月6日报道，由于新冠肺炎疫情防控形势依然严峻，朝鲜将不参加今年的东京奥运会。

“朝鲜体育”网站透露，朝鲜奥林匹克委员会于3月25日在平壤举行会议，根据委员的提议，朝鲜决定不参加东京奥运会，以保护运动员的健康免受新冠肺炎疫情威胁。

该网站表示，会议还强调，朝鲜以后要在国际比赛中持续增加获奖牌数量，在全国掀起体育热潮。

据悉，自新冠肺炎疫情暴发后，朝鲜采取了严格的防控措施，包括关闭边境。朝鲜官方媒体多次表示，朝鲜迄今为止尚未发现新冠肺炎确诊病例。

对此，国际奥委会发言人在当天的声明中表示，国际奥委会没有接到朝鲜奥委会提交的“不参加东京奥运会”正式通知。该发言人表示，国际奥委会方面多次邀请朝鲜奥委会举行电话会议，并计划在会上讨论新冠肺炎疫情相关问题，但朝鲜奥委会并没有回应。

国际残奥委会则表示，朝鲜方面已正式告知，不参加东京残奥会。

日本共同社称，日本政府正抓紧确认有关情况。有分析称，朝鲜不参加奥运的背景原因可能与日朝关系低迷相关。

韩联社则分析称，韩国政府想借着奥运“东风”打破韩朝僵局的努力将化为泡影，朝韩双方2032年在首尔和平壤合办夏季奥运会的计划也可能落空。

法新社报道认为，多方期望本届奥运会成为与朝鲜对话的契机，但现在看来不太可能了。

圣火传递首日发射导弹

朝鲜这一决定令日本措手不及。

东京奥组委主席桥本圣子(Seiko Hashimoto)表示，她感到非常震惊，并表示她仍在确认细节，无法立即对此事发表评论。

据日本共同社透露，日本一位与各国奥委会协调的负责人也表示，朝鲜的决定太出人意料，此前完全没听说朝鲜不参加东京奥运会。

共同社报道还称，日方原本有意借东京奥运之机与朝鲜方面接触，但这一外交设想已经破灭，两国关系将进一步降温。

3月25日，是东京奥运会圣火传递首日，据新华社引用朝中社报道，朝鲜国防科学院当天进行新型战术制导导弹试射，2枚导弹准确击中朝鲜半岛东部海域600公里水域目标。

日本首相菅义伟当天称此举为“绝对无法容忍的行为”。

据日本广播协会电视台(NHK)报道，日本对朝鲜的单边制裁措施将于4月13日到期，但菅义伟政府在4月6日的内阁会议上决定，鉴于朝鲜在3月共发射了两枚弹道导弹，并且在多

个相关问题上没有具体进展，日本内阁决定将对朝鲜实施的单边制裁再延长两年。

自2006年开始，日本对朝实施单边制裁，根据《外汇及国际贸易法》禁止与朝鲜的进出口；根据《特定船舶入港禁止特别措施法》，日本已经禁止朝鲜船舶、有停靠朝鲜港口记录以及为联合国安理会制裁对象的船只入港。

韩国这边，负责朝韩事务的韩国统一部也表示，韩国曾寄希望于东京奥运会成为“促进两国之间和平与和解”的机会，但现在“我们很遗憾无法实现”。

事实上，韩国一直将东京奥运会视为与朝鲜接触的一个重要机会，尤其是在现任总统文在寅任期接近尾声之际。

2018年，韩国总统文在寅与朝鲜最高领导人金正恩在峰会上曾达成共识，致力于韩国与朝鲜联合申办2032年奥运会，这次峰会也成为了朝韩双方对话的重要转折点。

4月1日，韩国首尔市政府还向国际奥委会提交了有关2032年首尔与平壤联合申办夏季奥运会的建议书。

韩国国家情报院院长朴智元(Park Jie-won)也表达了在东京奥运会期间举行韩、美、朝、日四方峰会的想法。

现在，随着朝鲜缺席东京奥运会，韩国设想通过体育进一步沟通对话的计划被打破。

韩联社指出，如果韩朝对话继续

处于寸步难行的状态，双方2032年合办夏季奥运会的计划也将泡汤。

半岛旗难现赛场

这是朝鲜33年来首次不参加夏季奥运会。

在此之前，朝鲜仅缺席过1984年洛杉矶奥运会和1988年汉城(现首尔)奥运会。

在寨卡病毒肆虐巴西的2016年，朝鲜仍派代表团参加里约热内卢奥运会。

据韩国媒体报道，自1992年巴塞罗那奥运会以来，朝鲜的奥运会成绩一直不错。

除悉尼和雅典奥运会未拿到金牌外，朝鲜在每届奥运会上均能获得2枚以上的金牌，举重和射击是朝鲜的传统优势项目。

韩国《中央日报》4月6日称，截至4月6日，朝鲜选手已在射击、射箭、田径、乒乓球、跳水、体操、摔跤、拳击等8个项目上获得18个奥运会参赛权；在传统优势项目举重上，朝鲜有望再获6个参赛权。现在，所有运动员都无法参加比赛了。

在奥运会历史上，朝鲜和韩国曾有过多次“组队参赛”的经历。韩朝运动员代表携手共举半岛旗入场，也一直是奥运会的一大看点之一。

悉尼奥运会开启了韩朝两国共同入场的先河。当时，伴随着《阿里郎》的旋律，朝韩两国180名运动员身着统一服装，挥着朝鲜半岛旗，手拉手一起进场。

此后，两个国家在重大国际赛事中多次携手入场，其中包括2004年的雅典奥运会、2006年的都灵冬奥会和2018年的平昌冬奥会。

今年的东京奥运会，国际奥委会早在2019年3月允许韩朝在东京奥运会上携手入场，并在4个项目上(女子曲棍球、女子篮球、皮划艇、柔道)组建韩朝联队参赛。韩国方面也表示，曾试图与朝方讨论相关事宜，但均未得到回复。

日本的疫情形势依然非常严峻，据《朝日新闻》网站报道，4月6日，日本全国新增新冠肺炎确诊病例2657例，时隔3日再次超过2500例。

本土民众对东京奥运会的支持仍然很低，民意调查显示，超过80%的日本民众希望东京奥运会和残奥会取消或者再次推迟举行。

为了缓解公众的忧虑，日本政府已经采取了前所未有的措施，禁止外国观众观看奥运，同时也要求各国缩小其官方代表团的规模。

尽管如此，健康专家警告说，奥运会还是会成为一个超级传播事件。

专家们担心，即使在正常情况下，像奥运会那样的大规模人群聚集活动也会引发疾病的暴发，更别提现在疫情状况仍然严峻。

更重要的是，日本奥组委担忧，是否还会有其他国家因疫情也选择不参加奥运。

毕竟，举办时间已经延迟，且限制海外观众的东京奥运会，已经不起下一次打击了。

BANK&INSURANCE
银保INTERNET FINANCE
新金融FINANCIAL INSTITUTION
机构HEALTH
大健康LISTED COMPANY
上市公司THE TIME WEEKLY
时代周报TIME FORTUNE
财经
微观视角 解读资本趋势

15 | 顺丰控股一季度预亏9亿—11亿

时代周报记者 何明俊 发自广州

清明节后，碳中和行情熄火，氢能源在消息面加持下接过碳中和的大旗，刮起阵阵妖风。

4月9日，氢能源板块延续之前涨势，多只概念股强势涨停。截至收盘，同花顺氢能源指数报收1397.86点，涨1.44%；雪人股份(002639.SZ)报收8.76元/股，打卡“4连板”；豫能控股(001896.SZ)再次涨停，报收10.22元/股，完成7天6板。

本轮大批资金涌入，导致氢能源板块行情“走妖”，市场将其归因为“龙头入局”。

3月31日，隆基股份(601012.SH)通过全资子公司隆基绿能创投携手百亿私募上海朱雀投资，合资成立西安隆基氢能科技有限公司，注册资本3亿元。隆基股份董事长李振国亲自挂帅，进军氢能领域。这被市场解读为隆基股份继强势布局BIPV后的又一大动作。

隆基股份只是众多入局氢能市场的上市公司之一。雪人股份于4月8日发布公告称，公司正在筹划非公开发行股票事项，募集资金拟用于公司氢能领域相关产业商业化项目，满足公司氢能产业布局的发展需要，提升公司的可持续发展力。公司本次非公开发行股票的具体发行规模、发行对象暂未确定。

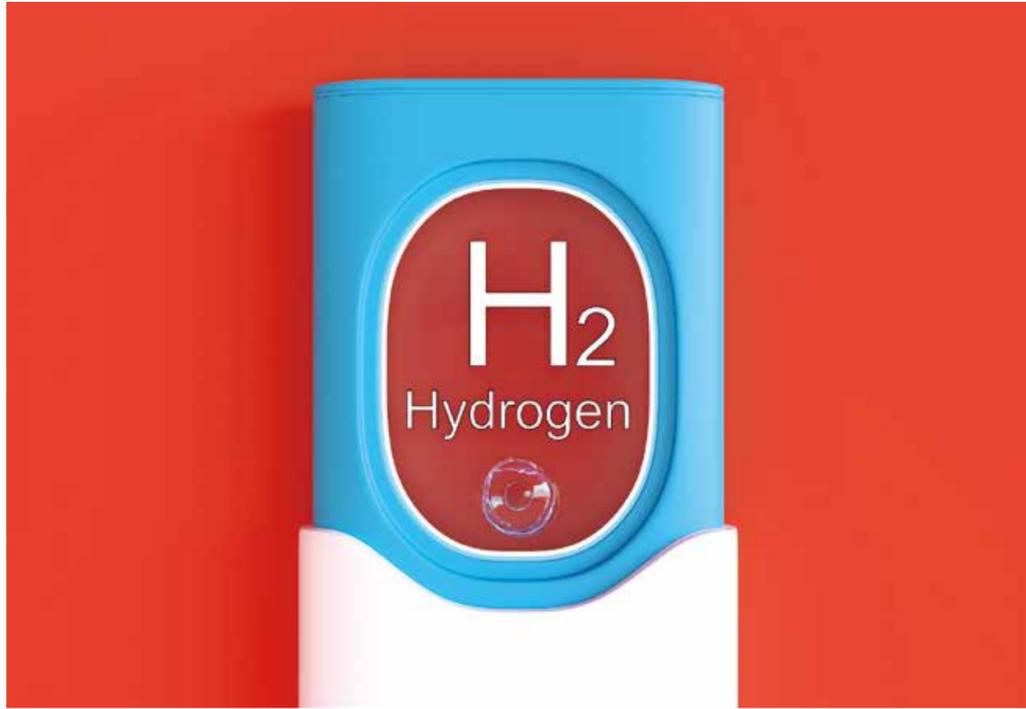
同日，时代周报记者以投资者身份致电雪人股份董秘办，相关人士向时代周报记者表示，公司于2017年开始布局氢能，但目前公司在氢能上的商业计划并不确定，以公告为准。

除了上市公司和各路资本，各地政府也早已将目光瞄准氢能领域，目前包括京津冀、长三角、珠三角等地区在内的30余个省市级的氢能发展规划相继出台。

作为一个新兴产业，氢能市场目前仍处于初级阶段，产业发展任重道远。“氢能的主要问题就是成本高、推广难。”上述雪人股份董秘办相关人士对时代周报记者表示，因为氢能暂未做到产业化，可应用的地方较少，因此成本非常昂贵，还需依赖政策支持。“等产量上来了，成本自然就能降下去，届时市场接受度也就能起来。”该人士称。

争夺万亿市场

氢能被誉为21世纪最具发展前景的二次能源。由于氢气的燃烧产物是水，加上在宇宙中分布广泛，因此在碳达峰、碳中和背景下，氢能也被视为“最终版”的清洁能源。据国际氢能委员会预测，到2050年氢能将承担全球18%的能源终端需求，创造超过2.5万



万亿蓝海待开发 氢能仍有四大问题待解

亿美元的市场价值，燃料电池汽车在全球占比将提升至20%—25%。

“目前国内的氢能应用主要集中在交通领域，即汽车燃料电池相关分支。”4月8日，赛迪顾问股份有限公司(08235.HK)氢能事业部总监杨婷婷接受时代周报记者采访时说：“从长远来看，汽车领域可能只是一个先导环节，就是通过汽车去验证并支持氢能相关的技术研发，然后借此培育氢能产业链。”

20世纪90年代初，欧盟等国家和地区普遍完成碳达峰，美国和日本也分别于2007年和2012年完成碳达峰。在氢能方面的发展，率先完成碳达峰的国家已领先于中国。虽然中国的氢气应用量大，但氢气与氢能有所区别，前者属于一级能源直接应用，后者则属于二级能源应用，因此，中国氢能产业链尚处于初级阶段，与海外国家氢能产业链相比仍有差距。

中信证券研究所推算，当前中国氢气需求结构中，炼化及合成氨环节占总需求比例超过90%，燃料电池车占比仅为0.07%。在氢能应用上，中国仍具备极大的市场潜力。

广阔的市场空间、万亿级别的市场价值，吸引了不少企业争相布局氢能产业链。据同花顺iFind数据显示，A股上市公司中所属概念为“燃料电池”的已有125家，而新入局的隆基股份则未被纳入其中。

财报显示，雪人股份、美锦能源(000723.SZ)、豫能控股、鸿达兴

业(002002.SZ)、厚普股份(300471.SZ)、动力源(600405.SH)、雄韬股份(002733.SZ)等7只氢能概念股，氢能业务范围主要集中在制氢、储氢、氢液化、加注氢、氢气设备等环节。

平安证券数据显示，我国氢能投资规模近三年来呈现增长态势。2018年，燃料电池行业开始商业化运营的导入期，当年氢能产业投资总额为850亿元。2019年，氢能产业投资规模翻倍至1805亿元，2020年虽受新冠肺炎疫情影响仍保持在1000亿元以上，而2020年氢能累计投资规模与2019年相比已接近翻倍。

投资规模逐年增长，但氢能相关企业数量并不多。天眼查数据显示，2018年与氢能相关总注册企业为638家，2019年增长至876家，2020年增长至1072家。截至2021年3月底，氢能新增注册企业仅为54家。

据石油和化学工业规划院数据，多家央企已布局氢能产业链，包括中国石化、中国石油、国家能源集团、国家电投、东方电气等知名央企。

政策加持，地方政府抢滩

要吸引资本进驻，少不了相关政策的支持。

2019年3月15日，十三届全国人大二次会议审议后的《政府工作报告》修订版补充了“推动充电、加氢等设施建设”等内容。有机构认为，这是氢能规模化发展的真正起点，意味着氢燃料电池车的基础设施建设上升至

国家战略高度。

2020年9月，财政部、发改委等五部门(下称“五部门”)联合发布《关于开展燃料电池汽车示范应用的通知》(下称《通知》)。“构建燃料电池汽车产业链条”“开展燃料电池汽车新技术、新车型的示范应用”“探索有效的商业运营模式”“完善政策制度环境”被列为示范内容。通知显示，示范期间，五部门将采取“以奖代补”方式，对入围示范的城市按照其目标完成情况给予奖励。

时代周报记者了解到，包括珠三角、长三角、京津冀在内的30余个省市已经相继出台氢能发展规划，包括氢能技术研发、装备制造、市场运营等多方面都被列入氢能发展规划中。

而在各地的“十四五”规划中，超过10地将氢能纳入，包括广东、甘肃、河北、山东、内蒙古、陕西、吉林、广西等省份。其中，山东表示，要在新能源新材料强省建设实现重大突破，以核电、氢能、智能电网及储能等为支撑的新能源产业成为重要支柱产业。

4月7日晚，北京市经济和信息化局发布《北京市氢能产业发展实施方案(2021—2025年)》(征求意见稿)。征求意见稿提出在2023年前建成37座加氢站，推广燃料电池汽车3000辆，实现氢能产业链产业规模突破500亿元。到2025年，新增37座加氢站建设，燃料电池车累计推广突破1万辆，京津冀区域累计实现氢能产业链产业规模1000亿元以上的具体目标。

另外，五部门近日再次下发通知，拟将京沪粤冀豫等地纳入燃料电池汽车示范应用城市群。按照要求，上述城市将把此前报送的实施方案进行修改之后在4月30日前上报给五部门，并由专家委员会进行评审并确定最终名单。

“目前关于氢能方面的政策有助于提升公司氢能业务。”上述雪人股份董秘办相关人士告诉时代周报记者。

“随着我国燃料电池汽车示范应用城市的开展，燃料电池将逐步产业化，燃料电池系统成本与国际水平的差距将进一步减小。”杨婷婷说，“但目前氢燃料电池产业仍处于产业发展的初期阶段，对政策的依赖性较大。”

标准挑战和成本掣肘

尽管有资本和政策利好的加持，但氢能产业链的完善仍面临多重挑战。业内认为，挑战主要集中在材料、成本、市场推广和技术标准等四个方面。

经过十多年发展，我国氢燃料电池标准系统虽初步形成，但已无法满足产业发展需求。“氢气制备、储运、加氢站验收、燃料电池零部件到系统等各环节的检测认证标准体系尚不健全，制约了产业链发展与产品的推广。”杨婷婷对时代周报记者表示。

东兴证券首席电新分析师郑丹对时代周报记者分析称，氢能产业链的行业标准与国家标准有待进一步完善。由于氢燃料电池产业链较长，涉及制氢、储运、加氢站、车辆等多个环节，加上氢气易燃易爆的特性，产业发展与安全问题息息相关，一套完善的技术标准和检测认证标准可以降低氢能的风险。

缺乏完善的技术标准和检测认证标准，与我国在氢能领域的整体研制能力有关。“我国在氢能上的研制能力和日本、美国等国家差距较大，亟须在基础材料、核心器件和控制策略等环节提高研制水平。”郑丹称。

国内氢能产业链的上游材料环节，技术成熟度比较低。像质子交换膜等材料，直至2020年才有企业通过强检，在那之前，相关材料完全依赖进口。光大证券研报称，上游的电堆、零件和材料是燃料电池汽车产业的核心，技术门槛较高，主要以国外供应商为主。据悉，除了燃料电池外，加氢站设备同样也存在关键零部件进口的问题。

在业内人士看来，上述《通知》的总体思路在于“通过对新技术示范应用以及关键核心技术产业化应用给予奖励，加快带动相关基础材料、关键零部件和整车核心技术研发创新”，这有助于解决氢能产业中关键零部件及材料进口的问题。

► 下转P16

财经一周观察

财报季披露季，真假消息满天飞，小道消息为何引关注？



何明俊
时代周报记者

业绩超预期的抱团股继续走高，不及预期的白马股相继闪崩。

上周，浓眉大眼的物流白马股顺丰控股(002352.SZ)发布公告称，2021年一季度业绩预亏9亿—11亿元后，引发市场对白马股业绩的担忧。随后，顺丰控股股价闪崩，继4月9日一字跌停后，4月12日盘中再度跌停，连续两个交易日跌上微博热搜。

另一只白马股翰宇药业(300199.SZ)的业绩同样不及预期，2020年度归母净利润从预期盈利2000万—3000万元变为亏损5.5亿—6.5亿元，股价闪崩已无法避免。4月12日，翰宇药业报收4.34元/股，跌18.42%。

财报季，业绩正成为股价走向的主导因素。业绩是股价的价值锚，对于上市公司来说，业绩表现如何对股价影响极大。而在财报出来之前，关于上市公司业绩的真假消息总是满天乱飞，而

这些消息尚无来源则往往与机构的闭门电话会议有关。

4月7日晚，华安证券组织光伏产业链机构电话会议。在隆基股份(601012.SH)一季度业绩报告尚未公布前，一名“与会”专家明确表示，隆基股份一季度亏损17亿元。

尽管隆基股份董秘刘向东表示，“专家”关于公司一季度将大幅亏损的说法与事实不符，但这已无法扭转短期内投资者对公司的担忧。4月9日，市场资金用脚投票，隆基股份低开低走，最终报收83.77元/股，跌4.49%。

“信息来源越神秘，就越具有说服力。”这正是投资界一条古老的神秘法则。信息只是从较为封闭的渠道流出的，往往就更容易赢得投资者的信任。近期白马股业绩频频反转，投资者“宁可信其有，不可信其无”，这进一步强化了投资者对小道消息的信心。

一位私募股权投资人士告诉时代周报记者，公开信息中无论是利好利空，投资者或多或少都可以知道股价将会会有一个怎样的反应，但所谓的“内幕消息”则并非如此，缺乏相关数据的小道消息，无论是利空还是利好一概难以验证，因此为了防范可能发生的风险，不了解公司的普通投资者会更容易出现“用脚投票”的情况。

眼下，机构电话会议通过中介邀请专家已形成了一条产业链。有媒体甚至公布了“专家”的收费情况——每小时1000—4000元。

一位券商分析师向时代周报记者表示，电话会议中的“专家”不一定是真正的专家，如果是研究员自己邀请的，可能知晓底细，但通过中介机构请来的，就连机构也未必了解“专家”是真还是假。

电话会议邀请专家解读业内情况是好事，但机构也需要严控专家的资质，做好事前把关。■

央行要求明示贷款年化利率 部分头部消费金融公司“躲猫猫”

时代周报记者 黄坤 发自上海

一个月前，央行发布2021年第3号公告，首次要求各贷款机构严格公示产品利率情况。

按照3月12日央行公告要求，所有从事贷款业务的机构，包括消费金融公司等，在网站、移动端应用程序、宣传海报等渠道进行营销时，应当以明显的方式向借款人展示年化利率，并在签订贷款合同时载明。

一直给外界留下高利率印象的消费金融公司，其公示情况备受关注。

近日，时代周报记者从多家消费金融平台了解到，多数消费金融公司直接在APP页面展示贷款年利率，利率从7.2%到24%不等；有部分消费金融公司，如马上消费金融、中原消费金融、海尔消费金融、兴业消费金融等，则需要通过层层验证和资质审核后能看到，如果贷款资格审核失败，则无法得知贷款年利率。

4月11日，零壹研究院院长于百程向时代周报记者分析称，在利率信息透明的基础上，借款人对于利率的关注和对比会更强烈，同类产品，借款人一般倾向于回避利率高的产品。

在于百程看来，消费金融公司因为客群下沉，因此在借贷产品的年化利率上比银行要高，但最高也基本都在IRR(内部收益率)36%以内。

年化利率的门槛

近日，为了验证公示情况，时代周报记者亲测主流的消费金融公司APP后发现，大部分消费金融公司均在主页展示了贷款产品年化利率。

其中，湖北消费金融、中银消费金融进入APP页面后，即可查看到具体产品的年利率，而马上消费金融、中原消费金融、海尔消费金融、兴业消费金融、盛银消费金融、晋商消费金融、华融消费金融等APP平台，需要借款人进行身份验证、信息完善、资质审核等步骤才能获得年利率信息。

这一做法似乎与央行“以明显的方式向借款人展示年化利率”的要求



“央行强制公布贷款年化利率之后，会产生一定指导意义。”4月11日，沪上一位借款人向时代周报记者表示，以往借款人在平台借款实际操作下来，往往会发现附录里突然出现一些合同条款，如该笔贷款包含的服务费、平台管理费等。

不符。

对此，一位金融科技人士向时代周报记者表示，不论是金融科技平台或消费金融公司，一般需要根据用户填报的信息，才能采用更为灵活的风险定价方式。

“具体来说，拟借款人填写信息后，根据职业不同、收入不同、受教育程度不同、信贷记录不同，贷款机构才可以提供相应的贷款利率水平。”上述金融科技人士表示。

不过，亦有消费金融公司公示了贷款产品的利率区间，如小米消费金融显示年利率最低7.2%、招联消费金融显示年利率最低8.2125%起、中邮消费金融显示年利率范围在14.04%—23.76%、平安消费金融显示年化利率为14%—24%。

据零壹智库统计，目前消费金融公司信贷产品低位年利率范围在10%—15%，高位年利率范围在18%—36%。不过，今年以来，有部分借款人在黑猫投诉称，中原消费金融、海尔消费金融的贷款年化利率达到或超过36%。

“年化36%”，其实是消费金融行业内的多年放贷标准红线。2017年年底，互金专项整治小组强调，各类机构以利率和各种费用形式对借款人收

取的综合资金成本应符合最高人民法院民间借贷利率的规定(即年化利率不超过36%)，禁止发放或撮合违反有关利率规定的贷款。

2019年10月21日，两高两部正式施行的《关于办理非法放贷刑事案件若干问题的意见》，其中第二条进一步将“年利率36%”作为刑法上有罪无罪的分界线。

但36%红线实施以来，尤其是疫情之下，消费金融被投诉暴力催收、高利贷、套路贷等现象仍然非常普遍。据黑猫投诉平台数据，截至4月11日，多家头部消费金融公司捷信消费金融、马上消费金融、中邮消费金融投诉量高企，其中捷信消费金融高达4.75万例。

“我们每天24小时都在跟踪和处理用户投诉的问题，这些案例中，遭用户与商家合伙骗贷的情况层出不穷。”华南一家消费金融人士向时代周报记者透露。

“央行强制公布贷款年化率之后，会产生一定指导意义。”4月11日，沪上一位借款人向时代周报记者表示，以往借款人在平台借款实际操作下来，往往会发现附录里突然出现一些合同条款，如该笔贷款包含的服务费、平台管理费等。

此外，央行要求所有贷款产品均应明示贷款年化利率，“并鼓励民间借贷参照执行。”在2020年8月，民间借贷迎来了有史以来的最严格“利率红线”，民间借贷利率的司法保护上限为15.4%，取代原来“以24%和36%为基准的两线三区”的规定。

一位消费金融业内人士向时代周报记者表示，如果未来将利率上限真正“完全”下调至15.4%，很多以普惠金融为主要业务的持牌机构将举步维艰，可能会导致消费金融公司、部分民营银行和银行信用卡现金分期业务等或难以继。

消费金融业绩承压

年化利率高低不等、展示方式差异背后是消费金融分化的经营业绩。

随着上市公司年报数据出炉，时代周报记者不完全统计，已有13家消费金融公司2020年业绩也浮出水面，差距较为明显。

其中，招联消费金融、兴业消费金融3家公司实现营收、净利双双增长。招联消费金融再居榜首，营收、净利润分别为128.16亿元、16.63亿元；兴业消费金融紧随其后，营收、净利润分别为64.65亿元、13.5亿元。

今年3月，据招商银行第十一届董事会议公告所示，将启动招联消费金融上市研究工作。招联消费金融成为继捷信消费金融、马上消费金融之后，第三家启动IPO的持牌消费金融公司。

马上消费金融位居第三。时代周报记者从马上消费金融了解到，截至2020年年末，公司累计注册用户超过1.2亿，2020年交易额达2047亿元，实现净收入76.04亿元，完成净利润7.12亿元，总资产524.84亿元。

其他公司中，湖北消费金融、海尔消费金融、中银消费金融等呈现业绩下滑情况：湖北消费金融2020年净利润降幅较大，另外，海尔消费金融2020年实现净利润1.23亿元，同比明显下滑。

对于业绩下滑，海尔消费金融相关人士向媒体解释称，主要是受民间借贷利率新规和疫情影响，叠加公司内部战略的调整。

同时，2020年公司持续关停风险不稳定业务，还加大了在金融科技方面的投入。

值得一提的是，去年成立的小米消费金融、阳光消费金融也披露了2020年部分财务数据。其中，小米消费金融未开一年，就实现盈利109万元，阳光消费金融则亏损9600万元。

于百程向时代周报记者表示，消费金融出现利率变化和业绩的压力，主要与疫情影响相关。他表示，“一方面是用户借款意愿相对减弱，而营销获客成本却持续走高；另一方面则是疫情背景下，部分用户的收入受影响，使得不良资产风险上升，从而影响机构利润。”

谋设两家法人金融机构 广州提三年行动计划 推动金融业高质量发展

时代周报记者 夏子轩 发自广州

作为大湾区核心引擎之一，广州将按照“三步走”共建粤港澳大湾区国际金融中心。

3月30日，据广州市发改委官网披露，广州市推进粤港澳大湾区建设领导小组印发《广州市关于推进共建粤港澳大湾区国际金融中心实施意见》(下称《意见》)和《广州市关于推进共建粤港澳大湾区国际金融中心三年行动计划(2021—2023年)》(下称《计划》)。

据《意见》，广州推进共建粤港澳大湾区国际金融中心的目标与“三步走”，要求广州发挥大湾区核心引擎作用，携手港澳共建国际金融中心，共同打造金融业高质量发展典范。

除金融产业规划和政策配套之外，广州市金融市场主体创设情况亦受到关注。

《意见》披露，将加快推动在广东自贸试验区南沙片区设立粤港澳大湾区国际商业银行；同时，亦研究在中新知识城设立寿险公司。

4月3日，广州一名金融机构知情人士向时代周报记者表示，此前，广州市曾计划与新加坡共同出资设立一家合资人壽保險公司，但去年因为某些原因新加坡方面退出，筹建计划暂缓。

“十三五”期间，广州金融业发展成就显著。据广州市地方金融监督管理局发布的相关数据，2020年，广州全市实现金融业增加值2234.06亿元，同比增长8.3%，规模居全国大城市第4位，

是“十二五”期末的1.37倍，自2019年以来，金融已成为全市第四大支柱产业。广州下一个五年金融规划引人关注。

“三步走”建五大金融中心

广州作为粤港澳大湾区区域发展的核心引擎之一，是国家中心城市和省会城市，历史文化底蕴深厚，综合实力雄厚，国际大都市建设不断提速。

截至2020年年末，广州境内外上市公司累计达到201家，总市值约3.8万亿元，累计募资约4510.09亿元。

其中，境内A股上市公司117家，总市值约2.01万亿元；累计新三板挂牌公司502家(2020年新增10家)。2020年企业在资本市场累计融资6700亿元，发行信用债5300亿元。

根据《意见》安排，广州接下来将按照“三步走”安排，推动本市金融工作在粤港澳大湾区建设各阶段取得实效。

到2021年，以服务高端高质高新现代产业新体系为导向，结合大湾区需求完成广州金融产业规划布局并全面实施各项工作任务，构建广州金融支持大湾区国际金融中心建设的政策体系。

随着金融支持大湾区发展的力度不断加大，在监管协调、金融机构互设、金融产品互认等规则对接领域实施重点突破，在推动与港澳金融互联互通、重点金融机构、金融交易市场和重大合作平台建设等方面取得一系列突破。

到2023年，广州参与大湾区国际

金融枢纽建设成效显现，与港澳金融机构协同发展，金融市场进一步深化融合，对港澳资本项目有序开放程度不断提升，资金在大湾区内跨境流动更加便利，互联互通取得显著成效，与大湾区金融机构合作参与“一带一路”建设，国际金融业务取得积极成效。

到2035年，广州形成配置高效、便利安全、生态优良、充满活力的现代金融服务体系，成为粤港澳大湾区国际金融枢纽的核心引擎，推动大湾区国际金融枢纽在国际金融市场发挥重要影响力。

此外，《意见》提出，为了完善现代金融服务体系，广州接下来将建设大湾区资产管理中心、大湾区绿色金融创新中心、大湾区科技金融创新中心、大湾区跨境投融资服务中心、大湾区金融要素区域交易中心等五大金融中心。

广州谋划两家法人金融机构

值得关注的是，《意见》披露，将加快推动在广东自贸试验区南沙片区设立粤港澳大湾区国际商业银行，打造大湾区金融市场互联互通的重要载体和平台，服务大湾区建设发展。

时代周报记者了解，自《粤港澳大湾区发展规划纲要》提出“研究探索在广东自贸试验区设立粤港澳大湾区国际商业银行”后，2020年5月，中国人民银行、银保监会、证监会、国家外汇管理局联合下发《关于金融支持粤港澳大湾区建设的意见》，以及2020年9月广州市政府下发《关于贯彻落实金融支持粤港澳大湾区建设意

见的行动方案》，均提出研究探索在广东自贸试验区设立粤港澳大湾区国际商业银行的意见。

3月29日，广东省政府发布2021年省《政府工作报告》重点任务分工方案，推进金融强省建设。正式提出将筹建粤港澳大湾区国际商业银行纳入2021年重点任务，由分管金融副省长负责。

市场人士普遍认为，该商业银行筹建工作有望在年内有落地举措。

除了在广州南沙设立粤港澳大湾区国际商业银行之外，广州市还谋划在中新知识城筹建一家人寿保险公司。

《意见》第39条显示：“支持中新广州知识城建设，研究设立人壽保險公司，增强保险机构服务实体经济和创新发展的能力。”

对于法人金融机构不多的广州而言，积极创设寿险公司并不难理解。

根据广东银保监局数据，截至2019年年末，广州法人财险公司有3家，人壽保險公司有2家。这与广州的金融体量实际上并不十分匹配。

据媒体报道，2018年11月，中新广州知识城上升为中、新两国国家级的双边合作项目。

根据当时《中华人民共和国政府和新加坡共和国政府关于中新广州知识城升级合作的框架协议》，双方将重点拓展在科技创新、高端制造业、人工智能、知识产权保护、智慧城市建设、城市管理升级等领域的合作。

前述知情人士表示，设立保险机构需要多方面的审核，目前排队申请

保险牌照的企业有100多家，一般来说在获取牌照进程上，合资和外资企业会比内资企业更有优势，审批相对会更快一些。如今新加坡方面退出，计划创设的寿险公司将变成内资，申请获批难度加大。

不过，与设立粤港澳大湾区商业银行的初衷类似，市场有观点认为，是否可以考虑设立专门服务于粤港澳大湾区的保险公司。

对此，4月3日，蜗牛保险首席精算师李致炜向时代周报记者表示，在港澳法院理赔时，无法及时兑换成港元、澳门元或是美元，尤其对于保险行业，理赔时间长，的确会造成许多麻烦。建议用人民币作为大湾区金融的主要货币，由人民币担当保额结算币种。

除此之外，如果建立粤港澳大湾区人壽保險公司，监管也是难点之一。李致炜告诉时代周报记者，粤港澳三地监管不同，目前港澳地区的保险监管制度和内地有较大不同，三个地区的合作需要长时间的磨合。

《意见》亦提出，对符合银行保险监管机构和现行外汇管理政策的保险业务，进一步便利在穗银行为已购买港澳地区保险产品的内地居民提供理赔、续保、退保等跨境资金汇兑服务。支持在穗保险机构与港澳保险机构合作开发满足市场实际需求的创新型跨境保险产品，为跨境保险客户提供便利化承保、查勘、理赔等服务。支持大湾区保险机构开展跨境人民币再保险业务，研究发展航运保险、物流保险、邮轮游艇保险等业务。

百万亿元绿色金融尚缺计量标准 广州或探索碳核算体系

时代周报记者 夏子轩 发自广州

绿色金融的重要性日益凸显。

4月8日，央行行长易纲在第43届国际货币与金融委员会(IMFC)会议上表示，推进绿色金融是央行的工作重点。

同日，作为首批绿色金融改革创新试点的广州宣布：广州市绿色金融协会正式揭牌成立，共18家金融机构和绿色产业公司签署绿色金融项目合作。

广州市地方金融监督管理局最新数据显示，截至2020年年底，广州地区银行机构绿色贷款余额超3800亿元，全市累计发行各类绿色债券近730亿元，总量居各试验区第一。

广州碳交所的碳配额现货交易量累计成交突破1.74亿吨，排名全国第一。

近日，央行货币政策委员会原委员、北京绿色金融与可持续发展研究院院长马骏表示，碳中和预计将在未来30年带来180多万亿元绿色金融投资，在能源、交通、建筑、工业、林业等行业带来巨大的投资和商业机会。

市场规模可期，但依然面临诸多瓶颈制约。“目前，中国碳计量还没有标准。”4月8日，国家金融与发展实验室副主任、广州绿色金融研究院理事长兼院长张平向时代周报记者坦言。解决碳计量标准问题显然成为我国完成碳达峰碳中和的首要任务之一。

张平向时代周报记者表示，广州要在2025年实现碳达峰，从现在开始就需要核定碳预算，计量每个主体的

排放情况，政府才能拿准碳排放预算，制定每年的消减计划。

张平认为，中国各行各业已经有一定标准，碳排放计量并不是很复杂，通过各个公司的统计人员进行碳排放的培训，变为碳排放计量专员很容易检测自己的碳排放。

碳核算基础数据成当务之急

3月25日，国家发改委环资司副司长赵鹏高曾主持召开专家座谈会。与会专家一致认为，建立统一规范的核算体系，摸清碳排放“家底”，是做好碳达峰、碳中和工作的当务之急，也是开展碳达峰前景分析的基本要求。

2030年目标明确以2005年为基准碳排放强度减少65%，但排放总量仍然不清晰，各家分歧也不小。

以中金公司发布《碳中和和经济学》报告为例，报告采用2030年中国碳排放峰值为108亿吨，但中金并没有给出准确的数据，而是根据科技部公布的2017年碳排放强度比2005年下降46%推算出来的。

时代周报记者了解到，我国数据采集仪存在种类繁多、品质良莠不齐、通信功能不完善等问题，未能普及数据自动采集录入系统，数据记录、统计、计算过程严重依赖人工，存在计算错误、篡改数据等风险。在实际核查中发现热值等测量值都是手工记录。

“如果没有年度总量数据，减排任务分解、绩效考核，碳市场定价的形成都是无解之问。因此，不管从规划角度还是实际工作进度来讲，如何选择优化进度安排（前松后紧还是前

紧后松），首先必须把数据基础、计量基础和分析基础做实，特别是总量目标要清晰。”周小川表示。

基础数据不准确将大大影响绿色金融发展，4月8日，中诚信绿金科技(北京)有限公司副总裁赵鹏程向时代周报记者表示，目前银行环境信息披露存在多种问题，包括不了解数据如何统计、如何计量环境效益、如何做环境压力测试等。

“比如一栋建筑，两天时间把图纸给我，大致我就能告诉你，建筑的碳排放水平是什么样。因为它有固定系数，并不难记，除按照国家标准计算，也可以按照欧洲标准计算。有了数据基础，政府在才能进行新的改造发布减排任务，这是目前城市碳金融机制的根本。”张平解释道。

广州将探索解决碳计量问题

2017年6月，广州市绿色金融改革创新试验区获得国务院批准，广州成为全国首批五个绿色金融改革创新试点省市之一。

“十三五”时期，广州市以自贸区金融先行先试和绿色金融为重点，大力推动金融改革创新。积极推进自贸区金融创新83条政策落地实施，推动自贸区金融改革，以金融开放促进跨境贸易和投融资便利化。

3月30日，广州发改委发布的《广州市关于推进共建粤港澳大湾区国际金融枢纽的实施意见》和《广州市关于推进共建粤港澳大湾区国际金融枢纽三年行动计划(2021—2023年)》两份文件中，共提到42次“绿色金融”，在三年行动计划中，48项任

务里，“绿色金融”也被提到4次。

4月8日，广州市地方金融监督管理局局长邱亿通在广州市绿色金融协会揭牌仪式上表示，广州将进一步完善绿色金融政策体系，引导金融机构强化绿色金融产品创新，拓展大湾区绿色企业和项目融资对接平台功能，建设好环境权益交易市场，加强环境信息披露，不断深化大湾区绿色金融合作机制，打造大湾区绿色金融创新中心。

据了解，下一步，广州市绿色金融协会还计划成立“绿色金融科技专委会”“绿色金融标准专委会”“绿色金融投融资专委会”。

为了助力广州发展绿色金融，张平创新性提出“碳交易双积分并行”的参考性建议。

张平表示，当前区域不愿意碳交易，是因为全国没有基于法治强制性的碳交易制度框架，地方没有准备进行碳中和的管制。每个城市都不愿意把自己的碳排放交易补贴给其他地区，所以应实验双积分在区域的应用。

“在实际应用中，广州可以分两步走。第一步，通过建筑的能源改造，降低能耗，提高再生能源比重，同时降低持有者成本；第二步，通过碳预算不断收紧，逼迫企业进行碳排放交易补贴再生能源和碳吸收，其中一部分补贴本地，一部分交易到全国。”张平说。

张平还对时代周报记者表示，央行4月1日才开始提出建立标准的碳核算体系，相信广州政府官网以及文件迟一些会提出碳计量等问题，这对于碳金融和绿色金融而言肯定是必要而重要的问题。□

3800

亿元



中农联合揭牌上市： 农化行业前景可观 科研实力助力乡村振兴

4月6日，中农联合(003042.SZ)正式揭牌上市，发行价格为21.56元/股，对应市盈率为16.25倍。当日早间开盘，中农联合股价涨幅达到44.02%，报31.05元/股。

据了解，山东中农联合生物科技股份有限公司(以下简称“中农联合”)一直专注于生产“高效低毒、生态安全”的农药产品。自经过多年技术研发、工艺优化和渠道建设，始终致力于“做中国农化领域的典范”，当前已成功构建了安全、环保、健康、质量一体化的管理体系，并具备了“中间体+原药+制剂”完整产业链优势。

资料显示，中农联合是中国农药工业协会副会长单位、山东省农药行业协会理事长单位、山东省高端化工产业发展促进会副会长单位、中国农药发展与应用协会会员单位，位列“2019年中国农药行业销售百强排名”第35名。公司子公司山东联合、潍坊中农为国家定点农药生产企业。

今年2月，中央发布一号文件，提出要全面推进乡村振兴加快农业农村现代化。文件中提及，要强化现代农业科技和物质装备支撑，并表示要深化供销合作社综合改革；同时，还要继续把农业农村作为一般公共预算优先保障领域，中央预算内投资进一步向农业农村倾斜。在此背景下，中农联合作为农化领域的领军企业，同时隶属于供销总社，具有极大的市场前景。

产业链协同优势凸显

公开资料显示，我国农药行业起步较晚，但发展迅速，产量从1983年的33万吨上升至2014—2016年的370万吨以上，已成为全球第一大农药生产国。

据中国农药工业协会数据，截至2019年年底，我国农药生产企业约

1800家，农药产量151.6万吨，占世界农药总产量的半壁江山。其中，规模以上(年营业收入在2000万元以上)企业719家，主营业务收入2146.4亿元。

中农联合作为农药生产企业的其中一员，营收成绩可观。据招股书数据显示，2017—2019年以及2020年1—6月，中农联合的营业收入分别为11.22亿元、14.13亿元、13.67亿元和8.64亿元，同期归母净利润分别为1.06亿元、2.44亿元、1.47亿元和7637.48万元。

同期，中农联合原药收入占主营业务收入的比例分别为65.91%、66.71%、63.66%和52.30%，制剂收入占主营业务收入的比例分别达到了29.65%、29.19%、32.68%和40.70%。

与此同时，中农联合的毛利率水平相对可比公司偏高，2017—2019年，

毛利率年均接近40%，较可比公司毛利率均值年均高了近8%。

亮眼成绩背后，中农联合已成为原药制剂一体化企业，具备了产业链协同优势。中农联合表示，一方面公司可以充分利用原药业务的质量与成本优势，提高产品竞争力；另一方面，公司可以充分发挥制剂业务的品牌和渠道优势，拓展盈利空间，在行业竞争中提高企业盈利能力和抗风险能力。

科研助力乡村振兴

今年2月，2021年中央一号文件《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》发布。这是21世纪以来，第18个指导“三农”工作的中央一号文件，凸显了新发展阶段党中央对农业农村工作的高

度重视。

在此背景下，与乡村振兴相关的产业迎来新一波红利期。

一号文件表示，要强化现代农业科技和物质装备支撑，其中，提及了强化动物防疫和农作物病虫害防治体系建设，提升防控能力。

在科技研发方面，中农联合是行业中的佼佼者。据中农联合官网资料显示，公司已获得28项发明专利，研发中心被评定为山东省级企业技术中心，子公司山东联合被评为高新技术企业。公司创制型产品氟醚菌酰胺的创制与应用，被中国农药工业协会评定为第十届中国农药工业协会农药创新贡献奖一等奖，先后参与啉虫脒可溶粉剂(HG/T5117-2016)、烯啶虫胺原药(HG/T5438-2018)等14个行业标准的制定。

在供销系统改革方面，近年来，供销社作为搭建党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带，成为推动乡村振兴的重点之一。中农联合作为供销系统的一员，推出“焦点营销”服务模式，以“省心省力、增产增收”为服务目标，引导农民科学种田，因此获评“第十届中国农药工业协会最佳营销案例”。

随着扩展力度的提升，截至目前，中农联合已成功建立了覆盖国内30多个省、自治区、直辖市的销售网络和售后服务体系。基于此，中农联合境内销售收入顺势实现了持续增长，据招股书披露，其2020年上半年境内销售收入占比已达75.96%。

而在海外业务方面，中农联合近年来也有所突破。据悉，中农联合吡虫啉、啉虫脒、哒螨灵等原药产品，凭借质量与成本优势，成功进入东南亚、南亚、中东、欧美、非洲等主要农药市场。

此外，中农联合通过多年科技攻关，成功研发出用于防治线虫的新型化合物并命名为三氟杀线酯，该产品已取得美国、英国、法国、德国、西班牙、葡萄牙、澳大利亚等国专利。

借助本次上市，中农联合将继续在科研道路及市占率上深耕。据悉，中农联合拟募投资于年产3300吨杀虫剂原药项目、10000t/a二氯五氯甲基吡啶和5000t/a啉虫脒原药建设项目，项目全部建成投产后，公司的生产规模将进一步扩大，同时也将进一步提高市场占有率和整体竞争力，最终实现产品销量和盈利的持续稳定增长。

中农联合表示，未来将加快产品开发步伐，拓宽产品线，兼顾国内、国际市场发展，持续提升公司在农药行业的影响力，将公司打造成为中国农化领域的典范企业。

(文/林昊)



银行理财子公司“期末考”全部飘红 招银理财大赚24亿

时代周报记者 黄坤 发自上海

首批银行理财子公司获准开业一年，近期接连交出首份“期末”成绩单。

据时代周报记者不完全统计，截至4月11日，已有24家银行理财子公司获批筹建，20家正式开业，伴随上市银行年报的陆续披露，有15家银行理财子公司2020年业绩出炉。

数据显示，包括招银理财、兴银理财、中邮理财、农银理财、中银理财、建信理财等在内的15家银行理财子公司2020年全部实现盈利，其中六大行理财子公司净利润最为亮眼。

2021年年底是资管新规过渡期的收官之时，银行理财子公司背负着银行理财净值化转型的重任。目前来看，各家公司新产品的推出力度不断加大，产品体系也日渐丰富。

据普益标准日前提供给时代周报记者的数据显示，2020年共有20家银行理财子公司发行了3852款理财产品（包含母行迁移产品），均为净值型产品。涵盖固定收益类、混合类、商品及金融衍生品类、权益类四大体系，固定收益类仍为主力，混合类次之，新发的权益产品数量相比2019年同期增长了逾11倍，但权益类产品占比依然较低。

4月11日，普益标准研究员程阳向时代周报记者表示，这是因为当前银行理财子公司在布局权益市场时，更多地被动投资或者与其他机构合作参与权益类投资。“后续随着投研能力增强，有望将产品线拓展至主动权益类和衍生品等更为复杂的领域。”程阳说。

六大行理财子公司吸金40亿

已披露业绩的15家银行理财子公司中，有6家归属国有大行、5家归属股份制银行、3家归属城商行、1家归属农商行，但2020年“一致”实现盈利。具体来看，2020年实现10亿元



以上净利润的银行理财子公司有3家，分别是招银理财、兴银理财和中邮理财。招银理财以24.53亿元的净利润一骑绝尘，同时实现营业收入37.72亿元。兴银理财以13.45亿元净利润排名第二，中邮理财以11.87亿元排名第三。

中邮理财是唯一在2020年实现净利润超过10亿元的国有银行理财子公司，其产品净值化率由资管新规前的不足2%提高至55.31%。农银理财紧随其后，实现净利润9.91亿元。交银理财实现净利润6.65亿元，工银理财实现净利润4.08亿元。

中银理财、建信理财业绩也不算亮眼。2020年分别实现净利润4.55亿元、3.35亿元。相比之下，信银理财与光大理财盈利能力不俗，分别实现净利润5.95亿元和5.64亿元。

2020年开业的5家银行理财子公司，除信银理财以外，其他也都表现不错。平安理财、徽银理财、渝农商理财、青银理财2020年分别实现净利润1.65亿元、1.09亿元、0.06亿元和0.03亿元。

谈及上述理财子公司的盈利差距，中金公司在研报中指出，从应对过

渡期转型到发挥盈利能力，竞争格局和行业龙头尚未确立，但这半年来理财子公司已经开始发力追赶招银。

产品固收为主 未来花式打法

中国银行业协会日前发布的《中国银行业理财业务发展报告2020》显示，理财产品产品体系表现出三大特点：一是以固收类为主；二是初期主要通过FOF、MOM和私募股权等形式探索布局权益类投资；三是产品体系规划凸显差异化战略布局，充分发挥各自比较优势。

4月11日，程阳向时代周报记者表示，从银行理财子公司2020年发行产品情况看，仍以固收类为主，产品运作方式多为封闭式，风险等级主要分布在中低风险和中风险，且投资期限整体偏长。

从产品类型来看，银行理财子公司2020年发行的固收类产品有3195款，占比82.9%；其次是混合类，有599款；而权益类产品数量最少，为58款，占比约1.5%，且权益类产品多采取私募的形式募集。

究其原因，除了银行理财子公司

在权益产品的投研能力方面储备不足，也与当下银行客户对理财产品的风险接受程度有关。

4月9日，一位接近交银理财的业内人士对时代周报记者表示，“当前发行纯粹的权益类理财产品尚不多见，主要是通过混合类产品来布局权益市场，整个市场需要时间来适应打破刚兑的大趋势。”

“抢滩权益市场也不能冒进。”该人士对时代周报记者坦言，银行理财子公司目前权益投资能力整体不足，若是发行纯权益类产品，很难“拼过”公募基金。同时，由于股票投资短期波动较大与银行理财投资者的普遍风险偏好不符，故布局要稳步推进。

理财产品净值波动，甚至可能产生本金损失，成为银行理财子公司必然面临的挑战。“保本保收益”的利器失去，银行理财子公司一方面要加强投资者教育，让客户打破刚兑预期，接受产品净值的合理波动；另一方面，也要提升自身投研能力，尽力降低产品回撤，也可与优秀资管机构合作。

目前阶段，已有多家银行理财子公司与券商、公募/私募基金、保险资管等保持错位竞争、合作发展的关系，并开始在产品销售、投研体系等多领域加速布局。

在业务转型推进过程中，时代周报记者了解到，各家理财子公司也正在设计差异化的产品体系。譬如工银理财致力于推动非现金、混合类、中长期产品占比稳步提升；农银理财倾力打造“七彩阳光”产品体系；中邮理财进一步丰富“普惠+财富+特色”产品体系，推进投研一体化布局。

值得关注的是，有不少银行理财子公司先后推出养老类等特色产品。时代周报记者日前不完全统计，2020年以来，银行理财子公司合计发行63只养老主题理财产品。预计2021年全年，银行理财子公司布局养老业务的大幕即将开启。

期货公司2020年整体报喜 永安领跑红塔成“黑马”

时代周报记者 汪鹏 发自上海

随着上市公司年报的密集披露，不少期货公司2020年经营业绩也浮出水面。

据时代周报记者不完全统计，截至4月11日，已有35家期货公司披露了2020年业绩。得益于商品行情、市场结构优化、企业套期保值需求增加等因素，2020年期货公司整体实现营收与净利润的双重增长，经纪业务成为了期货公司的“赚钱主力”。

不过从财务数据上看，期货行业的马太效应也在加剧，各家公司间的盈利水平差距不小。永安期货仍然稳居“一哥”的宝座，并继续斩获营收和净利润的双料冠军。有些出人意料的是，一直默默无闻的红塔期货成为了一匹黑马，2020年实现营收28.06亿元，同比增幅超过16倍，净利润也达到3848万元，同比增幅接近16倍。

行业分化一家独大

时代周报记者梳理发现，在35家期货公司中，有24家2020年的营业收入超过10亿元，占已公布营业收入期货公司的77.4%，分别为永安期货、南华期货、东证期货、宏源期货、中信期货、银河期货、国泰君安期货、海通期货、浙商期货、兴证期货、广州期货、招商期货、红塔期货、广发期货、申银万国期货、混沌天成期货、华泰期货、中粮期货、中信建投期货、国投安信期货、弘业期货、中原期货、瑞达期货、金汇期货。

净利润上看，35家期货公司全部盈利，净利润破亿元的期货公司有20家，分别为永安期货、中信期货、混沌天成期货、国泰君安期货、银河期

货、国信期货、国投安信期货、海通期货、中信建投期货、瑞达期货、广发期货、申银万国期货、华泰期货、招商期货、中粮期货、浙商期货、东证期货、光大期货、宏源期货、兴证期货。

需要说明的是，永安期货一家独大，强者恒强。数据显示，其2020年实现营业收入254.69亿元，同比增长11.92%；净利润11.46亿元，同比增长14.52%。对比可见，营业收入远超排在第二位的南华期货逾150亿元；净利润远超排在第二位的中信期货近5亿元，差距不可谓不大。

南华期货(603093.SH)2020年实现营业收入99.15亿元，净利润9417.34万元；中信期货2020年实现营业收入80.90亿元，净利润6.48亿元。而国泰君安期货、银河期货、国信期货、国投安信期货、海通期货等券商系大型期货公司，去年净利润都徘徊在1亿-5亿元之间。

不过在35家期货公司中，仍有近1/3的年度营收在10亿元以下，包括鲁证期货、中银国际期货、国元期货、华安期货等，也有中原期货、中航期货、建信期货、国金期货等净利润低于3000万元。

中国期货业协会官网公布的数据显示，2020年全国149家期货公司实现净利润86.03亿元，同比增长42.2%。而目前已公布业绩的35家期货公司2020年净利润总和达到75.49亿元，行业占比已达到87.75%，单是永安期货占比便达到了13.32%。

黑马涌现营收大增16倍

期货市场亦不缺少黑马，从年报数据来看，多家公司的发展速度惹人注目。

中国期货业协会数据显示，按照2020年分类评价，35家期货公司中，有16家AA级，8家A级，7家BBB级，2家BB级，16家B级，1家CC级。时代周报记者统计，84%的AA级期货公司已公布业绩且取得了不错的成绩。

红塔期货去年的业绩表现尤其亮眼，堪称“大黑马”，2020年实现营业收入28.06亿元，同比增长1666.81%；净利润3848.00万元，同比增长1564.65%。

公开资料显示，红塔期货注册资本为10亿元人民币，为红塔证券(604236.SH)全资子公司，经营范围包括商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询、资产管理业务、风险管理业务，是云南省第一批介入期货行业，且唯一连续经营至今的期货公司。

红塔证券年报亦显示，红塔期货报告期末总资产为28.18亿元，净资产10.89亿元，净资产3.11亿元，为红塔证券业绩贡献巨大。

2020年，红塔期货大力拓展期货经纪业务、资产管理业务和风险管理业务，新增了8只产品，共计存续7只集合管理计划，2只单一资产管理计划。

值得一提的是，红塔期货去年营收增幅较大或与其全资子公司上海红塔众鑫企业管理有限公司有着不可分割的关系。后者去年实现营业收入27.28亿元，净利润1505.15万元。

除了红塔期货，混沌天成期货的表现也相当不俗。数据显示，其2020年净利润约为40.56亿元，增幅约为160%，目前仅次于永安期货和中信期货，位居净利润第三位。

受访的多位期货人士告诉时代周报记者，2020年期货公司经纪业务收入大幅增长，主要得益于商品市场



中国期货业协会官网公布的数据显示，2020年全国149家期货公司实现净利润86.03亿元，同比增长42.2%。而目前已公布业绩的35家期货公司2020年净利润总和达到75.49亿元，行业占比已达到87.75%。

波动较大、企业套期保值需求增加及市场结构优化等因素的影响。2020年，商品期货市场沉淀资金超过2100亿元，流入金额770亿元，相比2019年增长了105.9%。

市场同比大幅增长

中国期货业协会数据显示，2021年第一季度，我国期货市场累计成交量18.49亿手，累计成交额141.36万亿元，同比分别增长69.86%和83.08%。其中，钢铁、化工、油脂油料和能源等期货品种成交量同比增长较快。

2021年3月，全国期货市场交易规模增长明显，全国期货市场成交量8.01亿手，成交额60.08万亿元，同比分别增长53.18%和78.93%，环比分别增长81.39%和71.46%。

事实上，2021年一季度全国期货市场累计成交量、成交额同比大幅增长，意味着投资者整体投资意愿增强，公司客户保证金规模增大，资管规模进一步扩大，经纪业务和资管业务收入也相应增加。

以瑞达期货(002961.SZ)4月9日晚间披露的2021年一季度业绩预告为例，预计公司在报告期内实现归属于上市公司股东的净利润0.77亿-1.1亿元，比上年同期增长269.33%-379.65%，这在一定程度上也反映了期货市场快速发展的现状。

期货市场的快速发展也离不开创新业务的多管齐下。日前，南华期货董事长罗旭峰公开表示，近两年越来越多的国有企业、上市企业、金融机构积极开展套期保值、风险对冲等操作，期货公司的角色逐步从通道业务提供者转向“商品投行”，从特许业务转向伙伴型业务。

600万年薪飞了？ 中金合规总监疑涉绯闻连夜离职



截至2020年年底,中金公司在职工合计9372人,期末应付职工薪酬85.87亿元,较2019年54.80亿元大幅提升。

时代周报记者 黄坤 发自上海

4月7日晚,中金公司(601995.SH; 03908.HK)发布关于首席执行官代为履行合规总监职责的公告。

公告称,公司现任合规总监陈刚由于身体原因无法继续履行合规总监职责。经董事会同意,陈刚不再担任该职务,自董事会批准并于证券监督管理机构备案及/或批准(如需)之日起生效;由公司首席执行官黄朝晖自生效日起代为履行合规总监职责,直至公司聘任新任合规总监为止。

公告突发但是并非无迹可循。因为在当晚,网络流传了一份疑似陈刚的“桃色事件”录音,其去职被外界广泛认为应该与此有关。也有市场人士称,这份“应急公告”来得比较快。

据了解,录音中的谈话双方为陈刚和绯闻女主角马某的配偶,马某系陈刚下属。传言称,或是马某的配偶将其与陈刚的通话录音发在了中金公司的各个客户群里,从而引起了轩然大波。

600万年薪牵出中金高薪

中国证券业协会资料显示,陈刚从2016年8月起担任中金公司合规总监及法律合规部负责人,为公司核心高管之一。据日前刚刚披露的2020年报,其去年在中金公司的税前报酬为593.5万元。

陈刚今年49岁,毕业于北大,律师出身,在中金公司工作多年。“加盟”中金公司前,历任国务院发展研究中

心研究人员、世泽律师事务所律师、厚朴投资管理有限公司董事总经理等职。

不仅在2020年,2019年陈刚的薪酬也将近600万元。而除陈刚外,中金公司其他董监高的高薪酬也再度引发市场关注。

2020年年报显示,公司董监高薪酬合计(税前)1.68亿元,其中有7位税前年薪超过了1000万元。

具体来看,中金公司管理委员会成员黄海洲从公司获得的税前报酬总额1930.7万元;管理委员会成员、总裁助理王晟税前报酬总额1860.3万元;执行董事、首席执行官、管理委员会主席黄朝晖税前报酬总额1598.2万元。

员工的平均工资亦在“高水准”。“毕业后最理想的单位就是中金公司,行业龙头,薪酬也高。”日前,一位从美国留学归来的金融人士曾向时代周报记者坦言。

而时代周报记者查看年报发现,截至2020年年底,中金公司在职工合计9372人,期末应付职工薪酬85.87亿元,较2019年54.80亿元大幅提升,中金公司的解释是“公司业绩上升,且员工数量有所增加”。

按员工平均薪酬=(期末应付职工薪酬-期初应付职工薪酬+期末支付给职工及为职工支付的现金)/员工总数的公式计算,2020年中金公司员工平均薪酬高达115.57万元,平均月薪近10万元,碾压其他券商。

绯闻再起 投行业务领罚单

陈刚离职后,中金公司CEO黄朝晖将代为履行合规总监职责。事实上,

这已是短期内中金公司曝光的第二则“桃色传闻”。

今年年初,一封发给中金公司CEO及262名员工的举报信在网络流出,称中金资本执行总经理韩某婚内出轨,利益输送涉及千万元。

据业内人士称,3月底,中金公司CEO黄朝晖签发内部文件,对涉事人员进行了严肃处理。不仅韩某被开除,另有6名员工受到了降级调岗、绩效处罚、严重警告、批评教育处分等不同处罚。

黄朝晖在内部文件中称,中金公司一贯强调合规风控的文化,对违法违规行为采取“零容忍”的态度,并要求全体员工“吸取教训,引以为戒”,“杜绝类似事件再次发生”。

没想到的是,“杜绝”的话音刚落,合规总监便陷入了绯闻当中。

中金公司年报显示,合规总监负责公司合规管理工作,对公司及其工作人员的经营管理和执业行为的合规性进行审查、监督和检查;法律合规部为公司合规工作日常管理部门,协助合规总监履行法律法规、监管机构、公司章程规定的合规管理职责。

近年来,中金公司的业绩不俗。3月30日晚,其发布了2020年年报,也是“回A”后的首份年报。

数据显示,报告期内,公司实现营业收入236.60亿元,同比增长50.17%;实现归属于母公司股东的净利润72.07亿元,同比增长70.04%。截至2020年年末,中金公司总资产为5216.21亿元,同比增长51.2%;净资产716.35亿元,同比增长48.33%。对比可见,2020年是中金公司最近5年来净

利润增速最高的一年。

分业务来看,受益于注册制改革,投行业务依然是中金公司最核心优势的板块。

中金公司首席运营官楚钢在业绩发布会上提到,2020年度,中金公司投行业务在股本、债务融资和中资并购等主要市场排名继续保持领先。股票业务方面,交易市场份额和产品业务规模均创新高。

数据显示,截至2020年年末,中金公司投资银行业务营业收入为56.27亿元,同比增长55.63%。股票业务收入55.29亿元,同比增长71%;固收业务收入31.2亿元,同比增长了24%;投资收益及公允价值变动合计131.26亿元,同比增长了87%。

不过2021年伊始,中金公司的“麻烦”也有点多。除了员工绯闻、高薪遭到非议,近日又接到投行业务罚单。

4月6日,证监会发布公告,决定对中金公司及赵言、黄钦采取出具警示函的监督管理措施。具体来看,因发现中金公司及赵言、黄钦在保荐成都极米科技股份有限公司首次公开发行股票并上市过程中,未勤勉尽责督促发行人按照监管要求清理相关对赌协议并履行披露义务,未主动就对赌协议是否符合相关监管要求发表专项核查意见。

2021年以来,中金公司在二级市场上的表现也并不尽如人意。

截至4月12日收盘,其股价报于47.96元,当日下跌4.29%。而从新年第一个交易日攀上77.69元的高价开始,股价一路下行,目前累计跌幅达到36.28%。■



做中国消费者权益保护运动引领者

《消费者报道》的使命:

真实就是力量,比较发现优劣。站在消费者立场,
通过商品及服务比较测评,彰显消费知情权和选择权
就是彰显消费者力量,从而更好地保护中国消费者权益。



兆科眼科赴港IPO 尚无商业化产品产生销售收入

时代周报记者 章遇 发自上海

“金眼科、银牙科”。随着老龄化社会的到来和青少年近视比例的攀升,眼科被视为一条“坡长雪厚”的赛道而被资本热捧。2020年以来,华夏眼科、瑞普眼科、何氏眼科等民营眼科医院扎堆冲刺IPO,上游的眼科用药领域也迎来上市潮。

4月7日,李氏大药厂(00950.HK)旗下兆科眼科通过上市聆讯,预计不久将于港交所主板挂牌上市,成为首只眼科港股。IPO前,李氏大药厂持有兆科眼科约34.1%股份;分拆上市完成后,李氏大药厂将不再为兆科眼科的控股股东,但仍为单一最大股东。

上市之前,兆科眼科共进行了2轮融资,合计募资金额约1.95亿美元,其最后一轮融资后估值约4.7亿美元。时代周报记者注意到,高瓴资本、TPG、正心谷资本、奥博资本、爱尔眼科以及方源资本均为兆科眼科的基石股东。

“近几年资本市场对眼科的关注更多在眼科医疗服务和医疗器械领域,眼科用药市场是相对‘冷门’的领域。随着眼病诊断率的提高,眼科用药市场存在着巨大缺口,一级市场对眼科药物研发的关注度也在提升,越来越多眼药企业谋求上市加大布局。”4月9日,一名资深投行人士向时代周报记者表示。

多个产品临近商业化

作为一家脱胎于老牌传统制药企业的创新研发型公司,兆科眼科通

过自主开发或许可引进模式,建立了包括23种候选药物的眼科用药研发管线。其中,包括11条创新药研发管线和12条仿制药研发管线,主要针对干眼病、湿性老年性黄斑变性、糖尿病性黄斑水肿、近视及青光眼5个眼科适应症。

不过,在创新药研发管线上,兆科眼科仅有3款自主研发产品,分别为环孢素A眼凝胶、环孢素A/瑞巴派特眼凝胶和ZK002,其余均为授权引进的候选药物。为冲刺IPO,光是2020年,兆科眼科就引进了4款正在开发的候选药物。

进度最快也是最核心的品种是环孢素A眼凝胶。兆科眼科表示,公司正在中国进行III期临床试验,以评估环孢素A眼凝胶对中重度干眼症患者的疗效及安全性,并预计于2021年第三季度完成该试验,2021年第四季度可向国家药监局提交该产品的新药申请。

仿制药方面,目前兆科眼科已有贝美前列素等4款在研产品提交了简化新药申请,预计于2022年上半年可获批。

“‘创新药+仿制药’两条腿走路,仿制药可以先为公司带来部分现金流,也可以锻炼商业化团队。兆科这几款仿制药虽然做了剂型改良,但竞争仍然激烈。未来增长潜力还要看环孢素A眼凝胶、低浓度阿托品等等创新药品种。”4月9日,上海某私募机构医药研究员向时代周报记者表示。

成立至今,兆科眼科尚无商业化产品产生销售收入,仍处于亏损状态。数据显示,2019年度和2020年度,兆

科眼科分别录得亏损净额1.22亿元、7.27亿元;同期,其研发开支分别为9340万元、8187万元。

本土眼药研发升温

眼下,眼科在资本市场上已经形成一个热门板块。

A股上市公司中,有从事眼科医疗服务的爱尔眼科(300015.SZ)、光正眼科(002524.SZ),主营眼科医疗器械的欧普康视(300595.SZ)、爱博医疗(688050.SH)、昊海生科(688366.SH)等。另外,还有华夏眼科、何氏眼科、普瑞眼科等连锁医疗机构正在排队IPO。

相比之下,专注于眼科用药的上市公司仍较稀少。在兆科眼科登陆资本市场之前,虽然康弘药业(002773.SZ)、众生药业(002317.SZ)、莎普爱思(603168.SH)都拥有眼药大品种,但专注于眼科用药的仅有兴齐眼药(300573.SZ)一家。

事实上,当前大部分眼科疾病难以通过药物治愈,药物通常只能起到延缓疾病进程的作用,患者更愿意选择手术的方式进行治疗,对眼科医疗服务和医疗器械的需求更高。另一方面,中国眼科药物市场较为分散,缺乏有意向及能力系统解决该专业领域且专注于眼科的公司。对于大部分市场参与者而言,眼科产品线仅是其业务的一小部分。

“眼科药物研发技术难度大、时间长,且学术推广成本高,眼科药在很多企业里只是一条‘边缘’的产品线,投入开发的意愿不高。”前述医药研究员向时代周报记者指出。

据统计,自2015年以来,中国仅有7种眼科药物在新药注册快速通道下获批,这7款药物均来自跨国药企,无一来自本土药企。

不过,随着中国眼科疾病患者群体不断扩大,诊断率不断提升,眼科药物需求的缺口也越来越大。阿柏西普、康柏西普等销售额突破10亿元的品种也让国内药企看到了眼药市场的机会。

时代周报记者注意到,在干眼症、湿性老年黄斑病变、近视等市场增长较快的领域,本土药企的研发正持续提升。

以干眼症为例。2020年6月,兴齐眼药研发的环孢素滴眼液(II)获批上市,成为国内首款获批的用于干眼抗炎治疗的环孢素类药物。受此消息刺激,兴齐眼药的股价曾在一个月内飙升67%。

除了兴齐眼药之外,恒瑞医药(600276.SH)、兆科眼科、亿胜生物(01061.HK)、远大医药(00512.HK)等药企均在通过自主研发或者授权引进,推进干眼症药物开发,并已陆续进入临床阶段。

治疗近视的眼药也逐渐成为“香饽饽”。近几年,在新加坡、日本、中国香港等地颇为流行使用低浓度阿托品来控制近视,中国内地尚未有相关产品获批上市,但入局者不少。

2019年,兴齐眼药的硫酸阿托品滴眼液已进入III期临床阶段;2020年10月,兆科眼科就宣布与Nevakar达成产品引进协议,花费1.02亿美元取得后者的低浓度阿托品在大中华、韩国及部分东南亚国家的商业化权利。

4.7

亿美元



财经资讯

时代财经

行业风向
经济走势

财经读本
企业第一



时代财经

- 荣获由中国科学院主管的《互联网周刊》和eNet研究院评选的,财经APP排行榜榜首。
- 荣获由全球知名的移动互联网第三方数据挖掘与分析机构iiMedia Research Group(艾媒咨询集团)主办的中国传媒奖“最佳新闻客户端”。
- 在网易新闻主办的2019年度态度风云榜评选中,荣获“2019年度最具影响力媒体”奖项。



扫码阅读最新资讯

LISTED COMPANY · 上市公司

顺丰控股一季度预亏9亿-11亿 王卫道歉称二季度不会再亏



时代周报记者 邓宇晨 发自广州

时隔4年，以神秘低调著称的顺丰控股（002352.SZ）创始人、董事长王卫再次出现在公众面前。和2017年2月顺丰控股成功借壳“鼎泰新材”敲钟上市时的意气风发不同，王卫此番露面，为的是向股东致歉。

4月8日晚间，顺丰控股发布2021年第一季度的业绩预告，预计净利润亏损9亿-11亿元。即便是在受疫情影响最严重的2020年第一季度，顺丰控股也实现了9.07亿元净利润。

这是顺丰控股自2017年借壳上市后交出的首份亏损财报。巨亏结果令业界哗然，顺丰和王卫因此冲上微博热搜第一，有网友更惊呼：“顺丰也能爆雷？”

在4月9日召开的2020年度股东大会上，王卫面向股东道歉，称自己“责无旁贷”，“第一季度我们没有经营好，我在管理上是有疏忽的”。

顺丰方面将一季度预亏归因为战略性亏损和时效产品没有达到原来预计的增长量等。短期业绩承压的同时，顺丰面临的是竞争对手，尤其是“黑马”极兔速递的挤压。

4月12日，某快递上市公司员工袁雪（化名）告诉时代周报记者，在公司内部，极兔速递已被视为是最大劲敌之一，“极兔速递在成本控制方面做得很优秀，不仅资金充裕，而且团队年轻，是很可怕的对手”。

“世界变什么我们不变，那我们就死了，是不是？”王卫在股东大会上说。

不久前，王卫以390亿美元（折合人民币约2552亿元）的身家入选福布斯亿万富豪榜，在中国富豪中排名第

五，仅次于马云。但受业绩爆雷信息拖累，其身家也急速缩水。

继4月9日一字跌停，12日，顺丰控股股价继续下挫，盘中再度跌停，最终报65.90元/股，总市值3002.7亿元，较今年2月历史最高点时已累计蒸发超过2500亿元。

“二季度不会再亏”

在该份业绩预告中，顺丰控股表示，2021年第一季度，扣非净利润预计亏损10亿-12亿元。对此，顺丰解释称，继续加大新业务开拓及资源投入力度、整合并优化资源、夯实运营底盘等投入导致公司成本短期承压。

在股东大会上，王卫表示，一季度的时效件增幅不及预期，造成成本虚高；春节期间运力保障成本较高，导致较高的成本投入；春节期间“原地过年”的政策给员工春节加班的补贴接近10亿元，比预期多3亿-4亿元；为积极发展新业务而进行的业务整合出现了重叠成本。

“在一季度时，刚好是这些问题相互碰撞的爆发点，未来公司将形成更好的防范机制和应对措施，未来我们不会出现这种问题。”王卫表示。

从目前顺丰控股披露的2021年1月、2月的经营数据来看，顺丰的快递业务仍在正常轨道上发展，尤其是业务量，两个月的增幅均超过40%。

2021年1月，顺丰控股的速运业务营收155.88亿元，同比增长39.8%，业务量9.03亿票，同比增长59.54%；2021年2月，该业务营收105.59亿元，同比增长22.21%，业务量6.99亿票，同比增长47.16%。

而单票收入则在持续下滑，2021年1月，顺丰控股的单票收入17.26元，

同比减少12.39%；2月则减少16.93%至15.11元。

顺丰控股投资者关系总监陈希文在股东大会现场表示：“一季度亏损不是长期的问题，只是我们投入一下加大了，二季度利润会好起来。不用太担心，基本面没有太大问题。纯粹是业务量太多了，我们也投得太快了，导致利润一下就下去了。”

对于投资者“第二季度是否还会继续亏损”的问题，王卫则罕见地给出极为肯定的回答：“二季度肯定不会再亏，但全年利润还不能回到去年同期水平。”

新业务投入持续增大

2020年年初，作为劳动密集型行业的快递业备受疫情冲击。不过，疫情所致的“宅经济”同样催生了庞大的网购需求。

得益于直营制度的优势，顺丰控股在2020年上半年始终保持着较为完整的配送网络，并借此机会扩大了业务量。

财报数据显示，2020年，顺丰控股全年实现件量同比增长68.46%，超过行业整体增速的31.2%，市占率提升至9.76%，较上年提升2.15个百分点。

2020年，顺丰控股实现总营收1539.87亿元，同比增长37.25%，归母净利润73.26亿元，同比增长26.39%。

其中，除却供应链业务的速运物流业务营收1445.9亿元，占总营收的93.9%，最传统的时效件业务收入增速最慢，仅增长17.41%，经济件收入则同比增长6.4%，“贡献了超过40%的整体收入增量”。

在传统快递业务面临增长瓶颈的背景下，在2020年3月举行的2020年顺丰控股业绩发布会上，顺丰管理层首次提及“四通融通”的概念。“四通”即顺丰大网（直营时效网）、丰网（瞄准下沉电商件市场、采用加盟模式）、快运网（顺丰快运+顺心捷达的大件网）和仓网。

其中，采用加盟制的丰网被认为是顺丰控股用来与“四通一达”、极兔速递正面厮杀的武器。据顺丰方面披露，丰网在2020年双十一期间突破了日均100万单，业务量在日均100万-200万单。

在此次股东大会上，有关负责人也将一季度亏损的原因归结到“四通融通”上。“网络运营结构的调整是非常复杂的，成本改善效果及规模效益还需要时间才能显现，盈利压力也延续到了2021年一季度。”该负责人表示。

与丰网定位类似的还有电商特惠件业务。顺丰方面表示，公司特惠件产品中偏低价的部分业务增长较快，短期内对毛利造成压力。

在与投资者的问答中，王卫也回答了顺丰所规划的快递产品划分。不同产品系列的资源共享。电商标快+丰网会是对时效件的补充。

挑战者陆续入局

在股东大会上，顺丰控股也提出了最新的公司愿景：成为独立第三方行业解决方案的数据科技服务公司。作为国内最大的综合物流服务商，顺丰的野心显然已经不仅局限在物流行业内。

不过，身为国内快递上市公司的最大龙头，传统快递行业无疑仍是顺丰的“自留地”。只是，陆续入局的挑战者犹如鲑鱼，给行业的竞争格局增添了诸多变数。

据媒体报道，极兔速递近日已完成一笔18亿美元的融资，由博裕资本领投5.8亿美元，红杉资本和高瓴跟投，投后估值78亿美元。知情人士称，极兔速递最快可能在今年第四季度进行IPO。

官网显示，极兔速递创立于2015年8月，由OPPO印度尼西亚前CEO李杰和OPPO创始人陈明永创立。截至2021年1月，极兔在全球拥有超过240个大型转运中心、600组智能分拣设备、8000辆自有车辆，同时还运营超过2.3万个网点，员工数量近35万人。

如今，行业仍处于价格战正酣的阶段，烧钱打价格战短期仍是快递企业提升市场份额的首要手段。

4月9日，因“低价倾销”且整改未达要求，百世集团（BEST.NYSE）、极兔速递被义乌邮政管理局处罚整治，主要措施是停运部分分拨中心，已于当日执行。

顺丰寄予厚望的电商件业务能否在价格战的大环境下顺利开展，仍是个未知数。

袁雪表示，随着极兔速递和京东物流的陆续上市，价格战只会越来越激烈。对顺丰而言，现在则是难得的调整期，“顺丰需要做的就是继续积累自己在各个赛道上的优势，保持领先”。

部分业内人士和分析师则对顺丰的长期盈利能力保持信心。

华创证券表示，新业务的孵化是公司近年来打造顺丰生态的一环，多项新业务的收入规模已达到细分领域的领先地位。目前处于拓展关键期，为扩大市场份额，打造长期核心竞争力，公司继续加大新业务的前置投入。

王卫在股东大会上也曾表达了类似的想法：“公司不会一味地烧钱来做新业务，但如果短期的利润承压能换来长期的竞争力，有机会将顺丰打造成为市场上不可或缺的选择，那我愿意调低未来1-2年的利润率预期，这是重要的战略。”

水井坊打入茅台大本营布局酱酒 一季度净利暴增近120%

时代周报记者 黄嘉祥 发自成都

在将公司新愿景和五年使命定位为“高端浓香头部品牌之一”两天后，水井坊（600779.SH）转身就与“茅台教父”季克良的徒弟合作布局酱酒市场。

4月9日晚间，水井坊发布公告称，4月8日，公司与梁明锋、国威公司在成都签署了《四川水井坊股份有限公司、梁明锋、贵州茅台镇国威酒业（集团）有限责任公司（下称“国威公司”）关于合资项目之框架协议》。水井坊拟与梁明锋共同出资新设一家合资公司，名称暂定为贵州水井坊国威酒业有限公司（以市场监督管理局核准的名称为准）。

合资公司注册资本至少为人民币8亿元，具体金额将在最终协议中确定。水井坊以现金形式出资，占合资公司注册资本的70%，梁明锋以实物方式出资，占合资公司注册资本的30%。

据国威公司官网，国威公司主要从事酱香型白酒的研发、生产和销售，成立于1992年，创始人梁明锋是茅台厂历史上第三个发酵工程专业学生，也是季克良的嫡传弟子。

水井坊表示，合资项目旨在将国威公司在酱香型白酒领域的产品和技术优势，与水井坊在白酒营销领域和上市公司规范管理方面的经验和资源相结合，打造全新的一系列一线酱香型白酒知名产品，促进和推动该系列新产品的产品销售。此外，各方将在初步合作的基础上，探讨长期深入合作的可行性，以此为各方创造更大、更长远的商业价值。

“为确保本次交易所涉及产品的品牌价值有所提升，实现国威公司现有成品酒业务平稳过渡，国威公司和梁明锋同意在合资公司成立后将国威现有成品酒合同托管给合资公司运营管理，国威公司在过渡期间新产生的成品酒合同将转入合资公司运营管理。”水井坊在公告中称。

同时，在合资公司新开展业务年营业额达到一定规模之前，国威公司现有成品酒合同产生之利润仍归国威公司和梁明锋拥有。合资公司新开展业务年营业额达到或超过该等规模后，该等业务产生之利润方按持股比例分配。以上国威公司现有成品酒合同利益分配安排尚待进一步谈判并在最终协议中明确约定。

水井坊表示，近几年，酱香型白酒在国内白酒市场发展向好，市场占有率也不断提升，但向好趋势持续时间尚无法确定。此外，公司多年来一直从事浓香型白酒的生产与销售，首次跨香型涉足酱香型白酒领域。因此，未来合资项目能否成功仍存在较大不确定性。

值得关注的是，水井坊代总经理朱镇豪在4月6日举办的经销商大会上就酱酒热问题作出回应。朱镇豪表示，他并不担心酱酒热对浓香型白酒市场产生影响，中国白酒市场未来会向多元化方向发展。目前，浓香型白酒市

场份额仍超过60%，随着消费升级的持续，未来次高端、高端浓香型白酒市场依然有非常多的发展机会。

4月9日，白酒资深专家肖竹青对时代周报记者透露，前不久修正药业也去调研过国威公司，如今国威公司与水井坊达成合作，也说明了茅台镇优质的酒厂备受资本青睐，酱酒在未来五年将呈现大发展趋势。

“水井坊选择和国威公司合作，也更加证明了酱酒热潮对浓香型和其他香型白酒市场形成挤压式竞争，从而推动酒企跨香型投资布局。”肖竹青对时代周报记者表示，水井坊与国威公司是资源互补性的合作，水井坊有全国布局的渠道商，有运作高端品牌的经验，而国威公司有酿造酱酒的完整产业链资源，这次合作有助于提振水井坊未来业绩。

4月9日晚间，水井坊发布2020年业绩快报和2021年第一季度业绩预告公告。公告显示，2020年，水井坊实现营业收入30.06亿元，同比下降

15.06%；实现净利润（归属于母公司）7.31亿元，同比下降11.49%。

水井坊表示，2020年上半年，新冠肺炎疫情导致的保持社交距离、聚会和宴席的管控，给高度依赖聚集型社交消费的白酒行业带来较大影响，使白酒消费需求减少。加之公司为保证市场健康可持续发展，总体以消化库存为主，使得公司上半年市场销售受到较大影响；下半年，随着疫情防控形势好转，加之社会库存的补充，公司收入与利润均实现同比双位数增长。但就全年整体而言，公司业绩仍出现一定下滑。

进入2021年，水井坊业绩实现快速增长。水井坊表示，公司预计2021年第一季度实现归属于上市公司股东的净利润与去年同期相比增加约2.28亿元，同比增长约119.7%；营业收入与去年同期相比增加约5.11亿元，同比增长约70.2%；销售量与去年同期相比增加约1021.50千升，同比增长约53.6%。

78

亿美元



FF账面仅剩112万美元 SPAC上市助贾跃亭翻身存疑

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

贾跃亭创办的智能汽车企业法拉第未来(Faraday Future, 下称“FF”)距离上市又进一步。

美东时间4月5日,FF拟借壳的SPAC(特殊目的收购公司)正式向美国证监会(SEC)提交S4上市文件。

S4上市文件是拟上市公司向SEC提交的有关业务合并和交换要约的系列文件,包含股权分配、金额、条款和交换要约的具体内容。文件显示,此次上市交易流程最早将在5月份之内完成。

合并完成后的新FF9董事会中也没有了贾跃亭的身影。文件显示,贾跃亭的身份为“创始人兼首席产品及用户生态系统官(CPUO)”。在高管名单中,贾跃亭的侄子Jiawei Wang担任全球资本市场副总裁一职。

对此,FF在文件中解释称,由于贾跃亭在中国依然属于失信人员,“在贾跃亭没有被移出债务人名单前,他无法担任董事、监事以及公司在中国的执行官职位”。

4月9日,FF方面在接受时代周报记者采访时表示,目前处上市缄默期,相关情况不便透露。“从FF创立之初,贾总就不在FF的董事会的名单中。”FF方面称。

账面仅余112万美元

根据S4上市文件,贾跃亭将负责监督产品的创新、策略和定义,互联网、人工智能和自动驾驶的用户体验、用户获取和用户运营。贾跃亭和FF全球CEO毕福康将同时向新的FF董事会汇报。

据媒体报道,有消息人士表示,贾跃亭和毕福康有各自直接分管的领域,这种分工非常类似于Google的“创始人+CEO”模式,非常适合类似于Google这样的高科技创新型企业。

同时,S4上市文件披露了FF董事会批准通过的FF股票激励计划。FF董事会为员工激励计划预留了4884万股PSAC的普通股。2021年,FF全体员工均有资格获得激励性及非限制性股票期权以及业绩奖等奖励。截至目前,FF在全球共拥有288名在职员工,大多数员工都从事研究与开发、制造和供应链等方面的工作。

从财报来看,在营业费用中,涵盖了员工薪酬的“一般与行政”一项支出最多。2020年,公司一般行政花费为4107万美元,

占营业费用的63.2%。

与此同时,FF在2019年、2020年的研究与开发费用分别为2827万美元和2018万美元,营销费用也从2019年的529万美元减少至2020年的367万美元,用于经营活动的净现金流从1.1898亿美元减少至4120万美元。

亏损幅度也有所增加,FF在2019年、2020年的亏损分别达到1.42亿美元和1.47亿美元。

另外,截至2020年年底,FF的账面现金仅剩112.4万美元,2019年同期为222.1万美元。

3月26日,FF宣布已筹集近1亿美元的债权融资,本轮债权融资由Ares领投,Birch Lake等现有贷款方也参与了本轮融资。

尚未确认任何收入

根据FF此前披露的信息,在交易完成后,FF估值将达到34亿美元;合并后,公司将被命名为Faraday Future Inc.,并将以新的股票代码“FFIE”进行交易。

根据S4上市文件显示,FF上市之后,其股权结构主要由原FF股东及债权人、PSAC的现股东、通过私募购买PSAC普通股的投资者三部分构成,分别占比66%、9.4%和24.6%。同时,在合并完成后,如果FF能够连续20个交易日结束时的加权平均总市值超过200亿美元,原FF股东及债权人的投票权将扩大至87.5%。

FF在文件中表示,目前FF尚未生产任何型号的智能汽车,且尚未确认任何收入。“在可预见的将来,FF的成功将主要取决于FF 91系列的销量。FF不确定能否筹集足够资金进行第二个型号FF81系列的设计研发。”

FF91预估售价为18万美元。目前,被FF内部寄予厚望的FF91系列已完成29个原型车和13个用于测试的预生产许可,预计将在交易完成后的12个月内上市。“FF91的推出旨在与迈巴赫、宾利、兰博基尼、法拉利、奔驰S级和宝马7系等进行竞争。”

3月16日,贾跃亭曾在社交平台上表示,FF91将在2022年上半年实现量产交付。

FF81定位高端大众市场电动智能汽车,上市时间预计为2023年,预估售价18万美元,对标特斯拉Model S和Model X、蔚来ES8和宝马5系等。FF71则定位大众市场乘用车,售价6.5万美元,预计2024年上市,对标特斯拉Model 3和Model Y、宝马

3系。

FF表示,位于美国加州的制造工厂年产能可为1万辆,还可根据需求扩大生产,也可以将汽车生产外包给韩国的合作伙伴。到2025年,FF新增产能将达到27万辆。

而在中国的合作伙伴方面,FF则敲定了吉利。据S4上市文件披露,2021年1月,FF与浙江吉利控股有限公司签署了合作框架协议。FF和吉利将共同探讨技术许可、合作制造和建立合资企业等方面。但“双方尚未签订合资企业的最终协议”。

或将获某一线城市5亿美元支持

S4上市文件显示,FF与国内某一线城市(a Tier-1 City in China)在2020年9月签署了无约束力的谅解备忘录,计划将在该城市建立中国总部及研究发展中心。FF将在该城市建立一家合资公司,由FF进行管理。未来,双方将通过私下配售、业务合并或签署更具约束力的协议等方法达成战略合作伙伴关系,FF将获得不少于5亿美元的资金支持。

2020年12月,由FF全资持有的企业在该城市成立,最大产能为年产25万辆,这一目标将分为两个阶段,分别在2025年第四季度和2026年第四季度实现。

此前,该城市被认为是广东省珠海市。天眼查信息显示,2020年12月14日,法法汽车(珠海)有限公司在珠海横琴新区注册成立,注册资本为2.5亿美元,由FF Hong Kong Holding Limited(下称“FF香港”)100%持股。

FF在珠海成立新公司,外界将此视为跳票3年的FF 91量产有了新进展。FF曾发文称,FF 91预量产车组装完成,将加入现有的测试队伍,帮助继续推进FF 91项目。FF官网开启了FF 91预订窗口,预定者需提前支付5万元人民币订金。官网称,在签署车辆销售合同前,可随时取消预订,订金全额返还。

除了有计划在内地落地总部和研发中心外,FF也在近日公布了FF中国CEO的人选。

3月17日,FF宣布陈雪峰正式出任FF中国区CEO,并向FF全球CEO毕福康直接汇报。陈雪峰将全面负责包括相关项目落地、生产策略、本地化产品开发以及用户生态构建等全部FF中国区相关业务。此外,陈雪峰也将会成为FF全球合伙人。此前,陈雪峰曾担任奇瑞捷豹路虎的执行副总裁,是“中国汽车行业最年轻的合资车企中方掌门人”。

万亿蓝海待开发 氢能仍有四大问题待解

上接P9

由于不少材料都需要进口,这样一来便推高了氢能相关产品的成本。

2020年年末,国鸿氢能、氢璞创能、雄韬股份分别召开了燃料电池电堆新品发布会,公布了针对大客户批量采购的电堆价格分别为2000元/KW、1699元/KW、1599元/KW。

杨婷婷对时代周报记者表示,按照这个价格预测,2021年氢能系统的市场价格有望达到3000元/KW左右,到示范期末(2024年),中国燃料电池系统成本有望下降至1500元/KW。

从制造环节来看,目前国内的氢能产业链企业,大多尚未实现批量化生产,部分核心材料及技术存在发展瓶颈。企业研发投入较高且产品产量较小,导致制造成本居高不下。而产业链各环节高成本叠加之下,氢燃料电池汽车成本远远高于纯电动汽车和燃油车。

氢能的商业未来取决于氢能成本的高低。当前,我国氢能产能高但用量少,需要通过加大市场推广提高用量才能加快氢能相关技术的突破。而要解决氢能产业面临的困境,开展国际合作或许能起到一定的促进作用。

“利用外资力量可以快速完善国内氢能产业链,同时部分外资企业掌握先进技术,合资合作或可加快国内企业技术进步。”郑丹丹对时代周报记者说。

在产业层面,中外企业已开始探讨在氢能产业领域的合作。2019年11月,中国石化集团与法国液化空气集团签署合作备忘录,探讨加强氢能领域合作。2020年,亿华通及四家中国车企(一汽、东风、北汽、广汽)和丰田成立了联合燃料电池系统研发公司。2021年3月底,亿华通公告拟与丰田设立合营公司华丰燃料电池有限公司。

“我们认为,如果政策层面能给予引导,借助外资企业的专业积累,将可促进中国氢能产业更快发展。”郑丹丹称。

(实习生钟美瑞对此文亦有贡献)

25
万辆



收藏/拍卖



融合东西, 通达古今 大文化风向标



CULTURAL TOURISM
文旅ESTATE
地产FAST CONSUMPTION
快消AUTOMOBILE
汽车TECHNOLOGY
科技THE TIME WEEKLY
时代周报TIME INDUSTRY
产经
专业视角洞悉产业变革

19 | 山寨苹果耳机调查

科技巨头造车运动：
寻求新增量市场 制造能力大考验

时代周报记者 郑翔彤 发自广州

一股造车风潮在科技巨头中间蔓延开。

据4月6日媒体报道称，滴滴开始启动造车项目；4月9日，广汽集团表示，与华为合作开发的L4级自动驾驶汽车计划量产；小米生态链明星公司石头科技也在同日传出下场造车。

而此前只参与汽车软件设计的百度，年初也正式加入造车大军；小米则于3月30日宣布造车，小米集团董事长兼CEO雷军更表示这是他人人生最后一次重大创业项目。

有趣的是，多家参与造车的科技公司首款汽车推出时间也极为相近。百度与吉利合作的首款车型预计最迟在2024年推出；小米发布的第一款车型预计3年后推出；广汽与华为合作的汽车预计2024年量产。在2024年的时间节点，上述这波造车新势力或迎来“神仙打架”。

“欢迎越来越多的科技公司参与造车浪潮，一起推动智能电动汽车产业发展。但汽车行业不是赢者通吃的行业，最后肯定还是要拼产品拼服务。”对于新一波科技企业造车热，蔚来创始人李斌近日在媒体沟通会上如此表示。

科技巨头造车背后的驱动力是什么？2021年又为何成为新一轮新能源造车的“爆发元年”？

4月10日，全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树向时代周报记者表示，从发展角度看，科技企业此时入场时机合适。即便距离蔚来、理想等造车新势力入场已过去数年，但这也意味着新入场的科技巨头们可以避开前人入过的坑，在较成熟的赛道上与既有参与者竞争，同时拓展A级车等还未打开的赛道。

寻找新增量市场

在科技行业中，造车俨然已成为一个新风口。除小米、百度这样明确表示下场造车的企业外，还有很多并未宣布造车，但实则一只脚已然迈进汽车圈的企业。

在不断澄清造车谣言的同时，华为给自己贴上“聚焦ICT技术，帮助车企造好车”的标签。

根据规划，4月17日，北汽蓝谷与华为合作推出的一款智能纯电轿车将在上海发布，该款车型搭载华为激光雷达和芯片等。广汽集团近日也宣布与华为合作生产汽车。

海外市场，苹果也不断有研发汽车相关技术的消息传出。

苹果首席执行官蒂姆·库克在近期采访中暗示，苹果可以选择建立一个自动驾驶技术平台。

崔东树告诉时代周报记者，就目



车也显现出强大号召力。

4月6日，雷军微博发布小米汽车品牌、价格和类别的三个投票，参与人数都在1.5万人以上。

中国人民大学助理教授王鹏指出，随着互联网巨头加入，造车新势力在流量平台、品牌以及应用功能方面也将更灵活，市场营销和服务将进一步提升。

4月10日，汽车行业分析师钟师向时代周报记者表示，尽管今年市场出现科技企业造车热，但也并非所有科技企业都可参与，现金流不足、在造车相关领域布局不深的企业造车可能性不大。相比之下，基于用户生态等资源，小米这类企业造车算是比较靠谱的。

自建工厂或寻找合作伙伴

与蔚来、小鹏等前一波造车新势力不同，此轮科技企业造车，与传统整车企业的合作明显更紧密。

据百度相关负责人向时代周报记者提供的材料，百度与吉利成立合资汽车公司，百度将提供Apollo自动驾驶、人工智能、百度地图和小度车载等核心技术，作为战略合作伙伴的吉利则提供开放的电动汽车纯电平台SEA浩瀚架构。

目前，吉利、比亚迪、大众、北汽新能源等车企均研发了开放的电动汽车平台。

以吉利的SEA浩瀚架构为例，其包含硬件层、系统层和生态层三层架构，可满足轿车、SUV等车辆全部造型需求，缩短汽车研发周期，将软件开发时间缩短50%以上。百度希望通过这种合作模式做出行业样本，把软件能力产品化，迅速推向市场。

崔东树认为，百度与吉利合作造车的方式有一定参考性，开放电动汽车平台使科技企业参与造车的难度越来越小。随着这类具有共性的技术平台越来越完善，造车企业需要比拼的，便在于自主创新、产业链控制等方面，造车新势力独立自强是趋势。

目前看，小米便可能放弃代工，以更深度方式参与造车。据媒体报道，小米集团雷军一行在4月9日访问博世集团位于上海的总部，或为造车业务洽谈零部件供应。

“科技公司进入造车行业后，首先要重视汽车体系，敬畏制造业，特别是安全性能和重体验的体系；其次在智能网联等空间布局下功夫。具体操作上，虽然短期内他们面临着诸多汽车行业瓶颈，但由于目前国内无完善的汽车代工体系，造车必然要改进核心动力，新入局的科技公司要放弃手机的思维，转向自建工厂。”崔东树指出。

在崔东树看来，目前还以技术合作、部件供应为主的华为，能否以该模式占据市场主导地位未有定数，其未来参与造车的方式或也将有所调整。

中国新能源汽车市场销量
(万辆)

前国内新能源车市场规模偏小的现状看，科技巨头入场造车的前景比较好。目前国内新能源车月销量20万辆左右，未来月销量可能达到200万辆，还有10多倍的扩张空间。

科技巨头选择此时入场造车，谋求的不外乎是未来的市场增长。但对于不同赛道的企业，心里所打算盘不尽相同。对部分科技企业而言，市值增长可能是一个见效较快的短期目的。而对小米等手机厂商而言，业务增长达到一定程度后，摆脱手机存量市场、寻找业务新增长点则是选择造车的另一个目的。

方正证券科技行业首席分析师陈杭指出，在数字化世界三条赛道中，

To C的消费者互联网和To B的产业互联网格局已定，未来的突破点在于Alot（万物智能互联）。其中，在长尾家电智能互联方面，小米与苹果已布局多年，唯一的跨越成长之路则是进入单品市场空间最大的汽车市场，数字化改造整个汽车产业链。

以软件优势切入

一个备受关注的问题是，此轮科技公司造车，将给汽车行业带来哪些改变？

对此，崔东树向时代周报记者指出，以各种方式参与造车的科技企业具有不同优势。

崔东树表示，例如百度、阿里在软

件方面比较擅长，本身又有巨大资源，还拥有自己的地图，这便是相对于特斯拉的长处。这些科技企业在金融服务、数据服务、云服务等方面也有明显优势。

目前百度Apollo获得专利数2900件，获得测试牌照总计近200张，其中超过120张为载人测试牌照。

此外Apollo还有丰富的落地运营数据做支撑，测试里程总计超过700万公里。

而小米早在2013年就提前布局智能物联网，并率先提出Alot概念。近年来，小米生态圈不断扩大，这将为小米打造智能网联汽车带来明显优势。

除技术优势外，此轮科技企业造

产经一周观察

造车不是做手机
科技巨头都得押上
“所有荣誉”

李静
时代周报产经新闻部记者

科技巨头们似乎好久没有“集体行动”了，但最近他们再度达成默契：发力智能网联汽车。

4月6日，有媒体报道称，滴滴开始启动造车项目。一周前，小米刚刚官宣正式加入造车大军。今年来，百度、华为都进一步加大对造车力度。

在入局的“新势力”中，“互联网门派”和“智能手机门派”成为主要对垒阵营。为何这些“写代码”的企业非要涉足“拧螺丝”的领域？

实际上，科技巨头们想打造万物互联的生态，智能电动车是其商业布局中的必要拼图。随着“软件定义汽车”呼声越来越大，这些科技巨头比传统整车制造企业转型做智能汽车有着更大优势。

在“软件定义汽车”趋势下，汽车将从销售硬件转向销售服务和生态。车辆的硬件成本、利润贡献占比将降低，软件成本和利润贡献占比将大幅度增加。

目前，传统汽车的硬件价值占比达90%，软件仅占10%。

而未来，汽车中超过40%的价值来源于软件，硬件价值占比则将降至40%左右，剩下的20%将来自订阅和内容付费。

事实上，科技企业很多年前便利用软件优势向制造业跨界，小米模式在手机、小家电等领域都已取得成功。

小米的成功经验是，抓住品牌销售端，生产制造端由代工厂负责。此次小米造车，不少业内人士也猜测，小米将继续采用这种代工模式。

没有哪种模式能“一招鲜，吃遍天”，代工模式可以在手机领域成功，可以在小家电领域复制，但在汽车领域却不一定行得通。

原因在于，汽车产业过于庞大，产业链长。一辆普通的家用轿车，一般由1万个不可拆解的独

立零部件组装而成，而一部手机的零部件数量一般不足百件。这意味着，汽车造车过程中的质量管控远比手机制造困难。

此外，汽车产品涉及用户人身安全，因此要求也远比手机产品严格。除零部件要做强度、耐久性、耐腐蚀性等一系列实验外，组装完成后，整车产品还要进行碰撞等一系列破坏性实验。

在销售端，汽车难以像手机一样通过网络销售，它的销售体系十分庞大。因此，传统整车企业并不自己销售，而是与经销商合作。如今，科技企业要自己搭建销售网络，无论费用投入还是人员管理，都难以复制之前的成功经验。

互联网浪潮下，科技企业此前的跨界大多十分顺利，但汽车产业的高壁垒需要引起重视。想在汽车圈占得一席之地，即便是科技巨头，也要如雷军所说，押上“所有荣誉”。

黄光裕归来首秀： 国美重整供应链发力线上

时代周报记者 郑栩彤 发自广州

4月7日晚间，国美零售(00493.HK)举行全球投资人电话会议，国美创始人黄光裕出席，这是黄光裕正式获释后出席的首个公开会议。

“国美丢失了很多机会和时间，但也吸取到很多经验教训。这一次经营模式重建后，我认为国美成功的概率以及速度应该优于同行。”黄光裕在此次全球投资人电话会议上表示。

国美零售在会议材料中针对传统电商平台的痛点提出解决方案，即线上与线下双平台配合、搭建供应链、发力线上平台“真快乐”APP、拓展零售品类等。从传统零售商开始转型，国美零售不仅发力线上，还瞄准了本地生活领域，布局颇大。

黄光裕在电话会议中也颇为自信，不仅针对国美零售线下布局的资源支撑等问题给予投资机构详尽回答，还表示，在正确经营战略下，国美零售与京东、拼多多谁也灭不了谁。

2月中旬，正式获释不久的黄光裕曾放出豪言：“力争用未来18个月的时间，使企业恢复原有的市场地位。”

连年亏损

市场对此次黄光裕参与的电话会议充满期待，实在是因为国美零售沉寂了太久。

年报显示，2020年国美零售营收441.2亿元，同比下降25.8%，归属于母公司所有者的净亏损则达到69.94亿元，偿还债务超过38亿元。

在行业中，国美零售也明显掉队。

2006年，国美位列中国家电零售业第一名。而据中国电子信息产业发展研究院《2020年中国家电市场报告》，2020年中国家电零售市场60%的份额被京东、苏宁易购和天猫三大平台占据。国美占有份额4.9%，排名第四，远低于占比17.8%的苏宁易购。

黄光裕在会上表示：“我们梳理了零售业多年的发展，发现有些问题未能充分优化。大家遇到了瓶颈，开始收割用户红利。有很多平台开始收费，甚至比线下开店收费还高。这些就是国美应该进一步去优化并寻找切入点的(方面)。”

此次会议演示材料中，传统电商的痛点被指为缺乏线下平台场景、无零售基因等。而国美提出的解决方案包括线上线下双平台互相赋能、发力本地生活赛道、娱乐化销售风格等。

黄光裕指出，通过娱乐化的手法进行营销将与传统电商的模式形成差异化，用户在娱乐中买货，消费便不只是为了便宜。

自黄光裕2020年回归后，国美零售便频频有相关改革动作。今年1月，国美APP更名后上线“真快乐”APP，推行娱乐卖、娱乐买、分享乐的娱乐零售新模式，且通过和近3000家线下门店配合，提供小家电等品类下单后最快半小时送达。国美零售也通过与行业强者合作，以加强互联网化。

去年4月、5月，国美零售引入京东和拼多多两大战略伙伴。

一系列改革后，国美零售的财报也出现了一些向好的数据。2020年，国美零售全平台GMV达到1126.3亿元，线上社群运营覆盖1亿人，线上



线下会员超2亿人。截至今年一季度末，“真快乐”APP的GMV同比预计增长近4倍。

国美零售管理层人士指出，国美零售力争未来18个月内线下向线上引流实现月活用户1亿以上，相关的策略已被分到了每个月。

对于行业竞争关系，黄光裕表现得十分自信：“从获得流量来看，只要有正确的战略，做大应该只是时间的问题，所以国美非常有信心。未来零售业最重要的是线上线下、供应链、配送是否有优势，是否能做到细致，能否形成闭环。目前国美零售与京东、拼多多的合作是开放的，谁也灭不了谁，只要经营路径对，就不会真正把对方排除在市场外。”

扩大布局

从此次会议透露出的信号看，原为传统零售商的国美零售迈出了颇

大的转型步伐。错失电商、新零售等风口后，国美零售预备将电商平台、本地生活服务、线下零售和供应链等“一把抓”。

黄光裕表示，供应链公司未来还将以不同方式吸收专业人才，包括开放股权合作以扩大供应链能力，或者与代运营商联合创建公司。从供应链角度，国美零售今年预计盈利8亿元。

值得注意的是，国美零售在向电商、本地生活服务商转型的过程中，资金优势并不明显。这也是国美零售能否顺利在线上线下同时扩展业务的一个不确定性因素。

2020年，国美零售现金及现金等价物仅约96亿元。而国美零售的负债总值则由2019年的637.11亿元上升至2020年的692.27亿元。

需要用到钱的地方不少。除发力“真快乐”APP外，国美零售还将在3400余个门店的基础上，力争未来18个月线下门店扩张至6000家门店。

关于现金流是否能支撑线下布局的问题，黄光裕表示，国美零售线下分为自营和加盟两块，招商租赁加提成的模式经营压力较小，快速扩张的资金压力较小。线上线下也不是两套成本、相互竞争的关系，而是例如线下展示、线上交易的互动模式。

短期内，国美零售除供应链外的其他平台还将处于投入状态。

会议上有管理层人士指出，国美零售除供应链外的其他平台今年应该还会亏损。

“我们会尽可能做到现金流为正甚至有盈余。负债率尽快降低也是我们努力的目标。”黄光裕说道。



黄光裕表示，供应链公司未来还将以不同方式吸收专业人才加盟，包括开放股权合作以扩大供应链能力，或者与代运营商联合创建公司。从供应链角度，国美零售今年预计盈利8亿元。

传统巨头“转身慢”可能只是假象

继大众等车企开始了在电动化赛道的全力冲刺后，又一家巨头加入了这一行列。

4月9日，上汽通用在上海浦东的泛亚汽车技术中心举办了“2021科技体验日”，发布了多项面向电动化、智能网联化的前沿基础技术。另外，一个有意思的细节是，无论是总经理王永清，还是执行副总柏盛铭，每一位上台的公司高管，都会在自己发言中坚定的说一句：“Hello TECH, Hello FUTURE”。

或许，对于上汽通用的高管们来说，类似活动的意义绝不仅仅是告诉外界“做什么”和“怎么做”。更重要的是向外界传递坚定的转型决心。

值得思考的是，在通用、大众、奥迪、日产等传统巨头在电动车市场发起迅速进攻的背后，深厚的技术积累也非短期内可造就。

“其实前几年在研发层面，我们就已经开始在不断储备相应技术了，同时针对中国市场的本土化开发也在同步进行，比如Ultium平台，泛亚是参与底层架构同步开发的，并且实现了近100%的本土化采购。”4月8日，一名上汽通用的内部人士告诉记者。

或许，传统巨头“转身慢”只是一种“错觉”。厚积而薄发，谋定而后动，才是这些已在汽车行业摸爬滚打百年玩家的真实写照。

不能错过中国

没有车企会怠慢中国汽车市场的大潮流。

虽然，在受人关注的2020年中欧电动车销量比拼中，中国被欧洲市场反超称王。不过，从现有全球第一的市场规模(2531万辆)来看，中国新能源车市场潜力仍属全球顶尖。

此外，去年11月国务院发布的《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》显示，2025年，新能源汽车销量占比达到25%左右，按照目前市场体量进行估算，新能源车市场将达650



万辆的规模。

而在百度、小米、华为等科技巨头入局造车下，细分赛道更是持续火热。3月，据中汽协最新的新能源汽车市场数据，新能源汽车产销分别达到21.6万辆和22.6万辆，环比增长74.9%和1.1倍，同比增长2.5倍和2.4倍。

作为一家2020年在中国市场销售了近150辆新车的头部车企，上汽通用自然也不甘示弱。产品方面，上汽通用迫不及待地宣布了凯迪拉克智能纯电概念车“LYRIQ”进入规划：在上海车展全球首发，年内量产车型开启预售，明年上半年正式在华上市。

“我们将快速推动新一代电动化产品在中国的落地，覆盖轿车、SUV和豪华SUV多个细分市场。”上汽通用方面表示。

不可否认的是，不论是上述刚刚宣布产品规划的上汽通用，还是已在华上市的大众ID.4、即将面世的日产Aria，以及福特Mustang Mach-E，相比

起仍需时日的新势力全新入局，传统车企在市场布局上并不慢。

更重要的是，从上汽通用科技体验日透露的信息来看，上至4年共500亿元的资金投入，下到全新Ultium智能纯电平台、VIP智能电子架构、VCS虚拟座舱、Super Cruise 超级智能驾驶系统、整车OTA……一系列的技术体系的规划也预示着传统车企巨头的转型方向亦已逐渐清晰。

方向明确后，速度将不再是最大的问题。

“转身慢”可能只是假象

“其实前几年在研发层面就已经开始在不断储备相应技术了，同时针对中国市场的本土化开发也在同步进行”，4月8日，对于上述技术体系的积淀，一名上汽通用的内部人士告诉记者。

值得一提的是，技术积累绝非短期内能仓促建立，需要长时间的持续

投入和摸索。因此，所谓传统巨头的“大象转身难”，或许更多的是“谋定而后动，厚积而薄发”。

不论是大众MEB/MQB、丰田TNGA、还是吉利SEA、广汽GPIA等平台，大多数传统车企已进入了平台化开发时代。

在电动车的结构相较燃油车更加简单的技术大背景下，拥有平台化研发积累和规模优势的传统车企，通过平台开发，迅速布局电动车的细分市场成为新趋势。

比如说，大众的ID.家族系列，基于MEB平台，目前已分别推出了：ID.3、ID.4、ID.6等系列产品，布局多个电动车热门细分市场。

在上汽通用“科技体验日”上，这家巨头针对下一代产品的研发，已从底层平台、电子架构、虚拟座舱、智能驾驶方面形成了一套完整的体系化技术架构(Ultium电动平台、VIP智能电子架构、VCS虚拟座舱、Super

Cruise 超级智能驾驶系统)

具体来看，作为上汽通用在华全面开启电动化战略的基石，Ultium电动平台整合了通用汽车26年的电气化经验和前瞻性技术。比如，该电动平台采用了业内首创的无线电池管理系统(wBMS)，整包层面减少了90%的线束，集成度更高的同时，电池包重量减少，为提升能量密度创造了空间，并且让电池系统的管理更加实时精准。

另外，在电池技术路线尚未统一的当下，Ultium还可实现高度灵活的电池方案，如电芯可支持不同的化学配方、封装形式、排列组合。

同时，虽然换电技术在补能方向还存争议，但不能否认的是，电池可更换的功能也为电池升级创造了可能。因此，Ultium通过模组尺寸的一致规划，方便了电池的替换和升级，并可根据需求组合不同电池包。

值得一提的是，在Ultium平台车型国产后，还将实现近100%的零部件本土化采购。对于目前充满不确定性的全球供应链体系，本土化采购亦是确保产品供应安全和稳定的一大关键。

因此，拥有丰富技术体系支撑、规模优势、用户基盘等优势的上汽通用，加速电动化产品的布局和推出并非难事。

“2025年前，我们将推出10款基于‘Ultium’平台开发的国产新能源车型，并覆盖旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌”，对于新一代产品规划，上汽通用表示。

上至4年共500亿元的资金规划投入，下到全新Ultium电动平台、VIP智能电子架构、VCS虚拟座舱、Super Cruise 超级智能驾驶系统、整车OTA……目不暇接的技术干货和掷地有声的产品规划下，所谓“巨头转身慢”，在诺基亚的前车之鉴下，可能只是假象而已。

(文/刘洋)

山寨苹果耳机调查： 商家月赚百万 蚕食国产品牌市场

时代周报记者 杨玲玲 发自深圳

被称为“中国电子第一街”的深圳华强北从不缺少造富故事，这次的商机，是小小的山寨苹果无线耳机。

在这里，流传甚广的新故事是，有人一天能挣到几十万元，也有人靠做这个在深圳买下了几套房。

“这是降噪，这是通透，跟原版近2000元的效果是一样的，我们这里只要200多元。”4月8日下午，在深圳华强北赛格电子大厦一楼转角处，时代周报记者看到商家刘宇（化名）正指导购买山寨AirPods Pro的顾客连接和试用耳机。

据刘宇介绍，这款山寨AirPods Pro开机后能自动与iPhone手机进行识别配对，可以查看序列号，支持改名、定位、降噪、通透等功能，甚至能用苹果语音助手Siri来唤醒。

有商家告诉时代周报记者，做得好的山寨AirPods曾骗过苹果官方售后实现“以山寨换正品”。

不过，在实际交易过程中，商家会用“1:1”“中性”等词代称不太好的“山寨”。

其中“1:1”指的是高度还原的山寨苹果耳机，包装盒上贴有AirPods或者AirPods Pro的LOGO。

“中性”则是指产品没有任何包装和LOGO，但外观只是在AirPods或者AirPods Pro基础上略微做了放大或缩小。

穿行在赛格电子大厦和周边几个数码商城，出售这种山寨苹果耳机的档口并不少，有的档口即使没有现货，也表示可以根据订单情况尽快生产出货。

自2016年苹果公司首次推出无线耳机AirPods后，该产品便一跃成为苹果旗下的明星产品。

到2019年，苹果公司发布支持主动降噪的AirPods Pro后，市场更是被迅速引爆。

“2020年全球整个TWS耳机(True Wireless Stereo, 真正无线立体声)的出货量预计为4.6亿对，其中山寨的产品约为2亿对，绝大部分为山寨的AirPods。”4月9日，第一手机研究院院长孙燕飏告诉时代周报记者，其中很多就是从华强北流入市场。



产业链成熟

“(AirPods)刚出来的时候，高仿的技术含量还比较高，前期进来的人赚钱也多，现在技术上基本已经成型，主要靠走量。”华强北从业者吴璇（化名）侃侃而谈山寨苹果耳机的生产过程。

如果有客户下订单，他们一般会先在行业内购买模具，AirPods一代、二代和三代出来以后，有人开发出了与正品尺寸相同的模具，被称为公模。

吴璇称，买到模具后，像芯片、电池、扬声器、线缆这些零部件也需要采购，后面就在自己的工厂进行生产组装。

零部件中比较关键的当属芯片。吴璇介绍，正版苹果耳机采用的是自研的W1和H1蓝牙芯片，华强北的厂商基于成本的考虑，大多采用杰理、中科蓝讯和洛达的芯片。

“洛达芯片的性能最好，其次是中科蓝讯，再次是杰理，产品价格也从几十元到几百元不等。”在现代之窗数码广场经营电子配件档口的万宁（化名）介绍称，山寨耳机的价格差异主要集中在芯片，华强北把山寨产品做得越来越逼真，靠的也是芯片厂商的技术进步和方案公司的软件调教。

事实上，早期的山寨蓝牙耳机只能按照AirPods开模，做到大致形似，但功能相差较远。

后来山寨AirPods可以做到外观1:1，开盖弹窗被破解，音质上达到80%的还原。

目前，技术进一步升级，华强北能以15%—20%的正品价格，达到正品90%左右的体验度。

不过，在降噪这个功能上，依然难以突破技术瓶颈。

月入百万利润可观

在流通环节，山寨苹果耳机则是层层逐利，一副山寨苹果耳机从出厂到最终流到消费者手中，中间主要经过3个环节。

从生产厂商流到华强北的代理商，然后再下放到各级代理商，最后销售给消费者。

以搭载洛达芯片的AirPods Pro为例，其工厂出厂价为150元左右，华强北批发价200元左右，电商平台的售价从200—400元不等，而到了微商手中，售价基本高于500元。

尽管这条产业链不同环节有着大致的价格比例，但商家们整体定价还是比较随意。

例如搭载洛达1562A芯片被称为“三代顶配”的山寨AirPods Pro。时代周报记者走访的数十家档口中，这款产品商家叫价从180—280元不等。

万宁颇为自豪的是，这门生意赚钱正当时。

“赚钱多少要看客户渠道，我们主做批发，国内和海外市场都有开拓，国内主要卖给批发商，像一些电脑城的商户会过来采购；海外一些发达国家也是我们的市场。”万宁说。

时代周报记者粗略算了一笔账，

万宁的山寨苹果耳机日销量在1000对左右，如此一来，每月出货量约为3万对。

以山寨苹果耳机平均生产成本100元左右计算，售价在150—200元之间。

这意味着商家每卖出一对山寨版AirPods可以赚50—100元，每月利润可达150万元以上。

由此可见，山寨苹果耳机的利润相当可观。不过，有业内人士对时代周报记者表示，今年出现的芯片短缺情况可能会对山寨苹果耳机的产能有所影响。

与国产品牌形成竞争

旭日大数据统计数据显示，2020年全球TWS耳机出货4.6亿对，同比增长43.75%。

其中，品牌占比44%，白牌所占市场份额为56%，尽管相较2019年品牌占比份额有所提升，但白牌仍然占据着主要市场。

事实上，苹果也在与市场上泛滥的山寨产品过招，此前已经出现过山寨AirPods骗过苹果官方售后渠道的情况。

4月10日，一名苹果用户告诉时代周报记者，用了半年左右的AirPods Pro耳机出现蜂鸣声，拿着AppleCare+凭证前去官方店换新时被店员告知：“之前有人拿山寨耳机去授权点换新，有些仿得太真，就被混了过去，现在换新需要返厂检测。”

据一位业内人士向时代周报记者透露，2020年年末，苹果曾在舆论压力下进行一次对山寨AirPods产业链的打击。2020年12月1日，深圳市场监管官方微信公众号发布消息称，在2020年11月19日晚根据权利人投诉，对相关接到举报的假冒苹果数据线及TWS耳机企业进行突击检查。这里的“权利人”即是苹果公司。

检查结果显示，现场查获大量侵犯“Designed by Apple in California”注册商标专用权的数据线和TWS耳机，涉案货值超千万元。

他还透露，检查后的一段时间，华强北各个商城一楼公开售卖的山寨苹果耳机都已消失，只有上到三四楼才能看到。

时代周报记者近日在走访中发

现，今年山寨苹果耳机又重新回到各大商城的一楼柜台，只是商家们变得更为低调，对山寨耳机的造富故事已经缄口不提。

通常情况下，山寨产品的出现会严重影响品牌方的利益，品牌方也会给予严厉打击。

例如，苹果对山寨iPhone就是从生产到销售各环节不断施以重压。不过在AirPods的系列产品上，苹果的打击意愿似乎并不强烈。

各种山寨AirPods让很多华强北从业者赚得盆满钵满，苹果却鲜少采取行动。

受访业内人士认为，苹果公司对此打击不严是因为山寨产品没有撼动它的利益。

“用户选择购买山寨AirPods其实伤害的不是苹果的利益，而是其他国产品牌的利益。”孙燕飏称，“正品AirPods售价基本都在千元以上，而山寨产品售价几十、几百元之间。所以选择山寨产品的用户本身就不是苹果的用户群体，这些用户不会侵害苹果正品耳机的销量。”

但是，这个价格区间却覆盖了大部分国产无线耳机的价格。

山寨产品一方面可以将国产厂商拖入价格战中；另一方面，可以蚕食它们的市场份额。业界认为，如今的山寨苹果耳机行业，与2010年前后的山寨手机市场极为相似，摆在自主无线耳机品牌面前的，除了占据巨大市场份额的苹果，还有规模可观的山寨厂商。

“这对国内自主品牌厂商的伤害极大。”4月11日，深圳一位耳机行业观察人士对时代周报记者表示，目前国内无线耳机的市场格局主要有苹果、三星和“华米OV”等手机品牌，Anker、AUKEY、Mpow、TOZO等电商品牌，酷狗、腾讯、喜马拉雅等互联网企业，漫步者等传统音频厂商，公牛等智能硬件企业以及白牌6大阵营，其中白牌占比比较大，市场鱼龙混杂。

相较于曾经在山寨手机市场上演过的“淘汰大戏”，上述深圳耳机行业观察人士表示，当前行业也在筹备成立产业联盟帮助制定行业标准。未来，随着国内品牌厂商的技术日益成熟，相信华强北的白牌市场将逐步走向萎缩。■

“时代生活系”
Times Media
Lifestyle Campaign

葡萄酒杂志
用一杯酒
沉淀有品味的历史

Take a glass of wine
Taste the story of life

WINE 葡萄酒

起底国产球鞋炒家： 虚幻的暴富神话 自导自演搅乱市场

时代周报记者 涂梦莹 发自深圳

突如其来的炒鞋者，让国产运动鞋的价格跌宕起伏。

“想博一博，说不定单车变摩托。”4月6日，资深篮球鞋爱好者谭源（化名）抱着试一试的心态，将这双炒出天价韦德之道4全明星篮球鞋，以19499元的标价挂在某二手交易平台。

挂出几天后，谭源告诉时代周报记者：“问价的人不多，看戏的不少。”

这双鞋并不是普通的球鞋，在网络销售平台上，这双鞋近日曾被挂到了48889元的天价。

3年前，谭源以8000元左右的价格收藏了这双篮球鞋，让他感到不解的是，一开始并没有人愿意花4万元买一双李宁的球鞋，即便这个价格在2016年发售后的两年时间里已经被成功炒作过多次。

“最早可能只有像我这种喜欢韦德的粉丝才会买，但是现在似乎已经到了一个极端。”谭源认为。

“李宁还可以冲哪款？”“这双会不会涨？”“有没有一起炒李宁的，我有货源。”4月7—10日，时代周报记者进入一个线上炒鞋群中，针对近期国产品牌运动鞋的发售情况，炒鞋人士依旧热烈讨论着，“除了炒鞋，还有没有炒币、挖矿的？”甚至有人在群内如此询问。

“炒作有一个最关键的条件，就是‘供不应求’，原价买不到，官方已经售罄的款式。”4月9日，资深鞋圈人士盛皓向时代周报记者解释，国产品牌鞋炒作虚高甚至疯狂背后，是部分炒鞋客利用限量款哄抬二级市场价格，但如今消费者心理对价格有标尺，盲目炒高价格，有价无市就是泡沫。

近日，李宁、安踏等国产品牌运动鞋，经过得物等电商交易平台的部分买卖操作，多款运动鞋持续非理性涨价，且一鞋难求。4月5日，包括新华社、央视等各大媒体曝光后，得物平台下架了相关涨幅异常的鞋款，并称炒鞋鞋款价格为卖家个人设定，下架前并无买家成交或极少成交。

实际上，随着近几年国潮逐渐崛起，国产品牌市场影响力提升，在运动品牌需求端消费理念中，国外品牌与国产品牌的差距不断缩小，国产品牌消费受众群体不断扩大。基于此，炒鞋客瞄准炒作契机，斥资抢购、囤货、精心设计“价格”陷阱。

“二手潮鞋交易平台随时掀起‘炒鞋’交易的同时，也在引发行业乱象横生。”4月6日，网经社电子商务研究中心法律权益部助理分析师方熠智向时代周报记者表示，与比特币相似，球鞋价格的飞涨，亟须市场监管部门和品牌方出手给潮流热“降降温”。

4月7日，针对近期炒鞋群体炒作国货运动鞋的现象，时代周报记者询问李宁公关相关负责人，其表示，公司近期没有对外回应的计划。同日，时代周报记者联系安踏、得物并发去相关采访问题，截至发稿尚未获得回复。

毋庸置疑，炒鞋扰乱了正常的运动鞋市场，对普通购物者也造成了影响，而鞋穿不炒，会不会成为炒鞋客的一场噩梦？

疯狂的球鞋

国产品牌鞋火了。

李宁韦德之道4“全明星”银白款挂出48889元的天价，此前参考发售价仅1499元，涨幅高达31倍；李宁韦德之道7 wow7 The Moment超越限量款，售价29999元，相比发售价1699元涨了17倍；安踏哆啦A梦联名系列的休闲板鞋白黑款，参考价也从499元，炒至4599元，涨了8倍多。

一时间，炒鞋圈再度流传一夜暴富的神话：“同行冲了10多万元的货，已经成功赚回一辆车。”

随着炒作事态发酵，4月6日，得物紧急发布“关于近期个别鞋款价格波动的情况说明”，表示除了明显被曝光涉及炒作的3款球鞋，还有20款包括李宁、安踏、361°等球鞋也出现了卖家异常标价的波动现象。得物称，



将炒鞋风气蔓延至国货品牌，这种非理性溢价，最终伤害的是真正有需求的国内消费者以及品牌厂家。

已经将这些球鞋都做了下架处理，并表示后续会增加对卖家异常标价的监测，第一时间作出相关处理。

针对部分球鞋价格暴涨的现象，4月6日，北京志霖律师事务所律师、网经社电子商务研究中心特约研究员赵占领向时代周报记者表示，虽然商品鞋不属于政府定价或政府指导价的范围，实行市场调节价，是由经营者自主确定的，但经营者也要注意在销售时不能从事价格违法行为。

这段时间来，国产鞋不仅在线上疯狂，相关媒体报道，清明节假期，国内多个城市李宁、安踏等国货品牌线下店人流增多，出现了消费者排队场景。

不过，热度来得快去得也快。4月6日20时左右，时代周报记者走进深圳某大型商场的李宁店铺，客流正常，店员对于近期李宁韦德之道被疯炒之事闭口不谈，并表示目前店内没有韦德系列鞋款。

虽然有人炒鞋，但买单的却不多，得物声明中表示：“经核查涉及的3款球鞋价格为卖家个人设定，且在卖家设定的价格下并无买家成交或极少成交。”

多位炒鞋者也告诉时代周报记者，对于一些暴涨的高价球鞋，鲜有人接盘。

“现在进入市场有点晚，除了个别款式好的系列，别轻易入手。”在炒鞋圈有近6年经验的陈建（化名）告诉时代周报记者，在他看来，近期国货品牌行情是短期的非理性暴涨，存在一定风险。“最近部分大涨的鞋款，包括被下架的，基本上很多都有价无市，所谓的一鞋难求，其实背后都是人为营造的假象。”陈建说道。

多位炒鞋圈内人士向时代周报记者表示，更多资深炒鞋客，并非完全押注国产品牌，仅有少部分投机者下手炒作，但国货品牌流通性不比国际品牌，可能砸在手里。

谁在炒鞋？

“不管赚多还是赚少，炒鞋这行都是投机。”资深鞋圈人士盛皓向时代周报记者表示，目前国外品牌处于舆论风口浪尖，炒鞋客自然把目标瞄准国产品牌。从客观上讲，近几年，消费者对于国产品牌的认可度确实提高不少，这给了炒鞋客机会。

近来，众多国内消费者开始将目

光投向李宁、安踏等国产品牌，深谙炒作的炒鞋客，无疑为这波热度“添柴加火”。

“在此之前，就已经有炒鞋群体一直在炒作国产品牌，只是近期被放大了。”谭源认为，很多基础款式的李宁、安踏篮球鞋价格在二手交易平台，一直都有小幅度上涨，有300—400元的溢价。

“炒鞋客其实并不在意手上的鞋子是国产品牌还是国外品牌，只在意它能带来多少利润。”谭源表示，通过控制鞋子在二级市场的货量，再利用部分自媒体，如公众号、小红书、抖音等进行带货，抓住明星同款这一卖点的消费粉丝群体。

“一般都是挑‘有故事’的鞋，比如限定款、设计师联名款、品牌联名款等等，因为量少，好讲故事，而且鞋原本的定价也相对高一点。”盛皓表示，炒鞋客会在其中哄抬价格，比如，反复进行高报价，或者直接高价交易，造成增值的现象，让更多人跟着买。

有些炒鞋客看到了国产品牌崛起的趋势，囤积了部分限量款的球鞋，也有个别炒鞋客手握特殊渠道进货囤积，等待时机成熟再出手。

事实上，此次具备炒作能力的国产品牌鞋款，长期处于供需不平衡。

“李宁、安踏有几个明星款的球鞋一直存在溢价，比如韦德、汤普森系列，因为基本都是限量发售，所以炒作的现象是一直存在，持续了很多年。”4月7日，球鞋潮流自媒体人Ricky向时代周报记者表示。

在Ricky看来，炒鞋圈没有办法真正控制市场，品牌方依然是主导。

“就目前炒卖的鞋子来说，品牌方是不赚钱的，赚的是热度和营销，真正研发出限量球鞋的生产线成本基本是回不来的，但是品牌方需要这个热度。”Ricky表示，每一次联名带来的热度，对品牌方都是利好。

2012年10月，李宁与国际篮球明星德维恩·韦德（Dwyane Wade）签约共同创立全新运动服鞋品牌——韦德之道，为全球篮球用户打造联名鞋。

据媒体报道，韦德之道4“全明星”配色全球限量球鞋于2016年2月21日发售，仅有限量100双的稀有数量，售价1499元/双。在发售当天，曾出现“扫鞋事件”引起的消费者冲突，韦德本人甚至对此发表看法，称“绝对抵制暴力事件的发生，因为这只是

一双球鞋而已。”

如今，韦德之道已经发售到第九代，3月27日，李宁韦德之道9 Infinity发售，原始售价1599元/双，已经售罄。4月9日，在得物上，这款鞋最高标价为47码数2369元，交易量每时每刻都在刷新，最近购买次数已超过3300单。

不过，相比之下，炒鞋客对耐克、阿迪这些国际品牌的球鞋炒作更甚。

在识货上，2015年，阿迪发售的adidas Crazy 8“湖人队”系列，原始售价1499元/双。如今，一双45码数的黑黄配色鞋款价格为56111元，涨了36倍之多，月销数量显示为10单；2016年12月，耐克发售的NBA球星凯里·欧文联名Nike Kyrie 3系列，原始售价899元/双，目前系列中的幸运波士顿款球鞋，45.5码数标价已到41076元，涨幅超过44倍。

4月9日，潮流媒体MIXFIT主编袁金梁告诉时代周报记者，就制鞋工艺水平来说，国产品牌已经和国外品牌相差无几，某些工艺甚至优于国外品牌。但在设计、研发领域，国产品牌中的大多数还跟国外顶级品牌存在较大差距，仍有很大的提升空间。

“在国产品牌推出的产品中，有很多非常有竞争力的产品。比如在马拉松竞速领域，李宁飞电2.0 Elite在功能方面的表现，就可以跟国外品牌的旗舰级产品相抗衡。”袁金梁说道。

谭源举例：“李宁最近新出的韦德之道9与耐克的zoom gt cut在价格方面是差不多的，但是李宁的鞋款在鞋底用上了碳板，缓震科技用最新beng技术，对比的话，李宁的做工和性价比更优一些。”

炒鞋后遗症

在盛皓看来，将炒鞋风气蔓延至国货品牌，这种非理性溢价，最终伤害的是真正有需求的国内消费者以及品牌厂家。

“个人认为，品牌方需要衡量被炒鞋款的需求，考虑要不要进行复刻及增售的，思考怎么让真正喜欢的消费者能够原价买到，又能控制库存销量。”盛皓表示。

炒鞋客留下的“一地鸡毛”仍在持续伤害市场。

莆田高仿商家也开始瞄准国产品牌。4月7日，时代周报记者在闲鱼上搜索此次李宁韦德之道4全明星鞋款，一位发货地址位于莆田的商家，将鞋款标价仅488元。

当时代周报记者询问是否为正品，该名商家称，属于高仿，但目前已经没有货，有货了再通知。在该商品页面评论下，有留言调侃：这是国产中的国产。

不可否认的是，炒鞋风此起彼伏背后，是不断增长的市场规模。

StockX数据研究表明，2019年全球二手运动鞋市场的规模已达60亿美元。艾媒咨询数据中心报告则显示，2019年中国二手球鞋转售市场规模超过10亿美元，只是全球二手球鞋市场规模的1/6。

而在一级市场中，从2010年起，全球运动鞋市场规模就已经实现稳步扩张。根据Euromonitor统计数据显示，近年来，我国运动鞋行业保持快速发展，2019年，我国运动鞋行业市场规模已达到1830亿元，2014—2019年年均复合增速为20.6%。

在市场规模驱动及国潮复苏中，李宁、安踏体育等国产品牌企业也得到了迅速发展。

2020年度，李宁实现总收入144.57亿元，同比上升4.2%；安踏体育实现收益355.12亿元，同比上升4.7%。

在国内市占率方面，安踏体育与耐克、阿迪达斯的差距正在不断缩小。国金证券研报显示，2020年李宁为25.6%，安踏体育为15.4%，仅次于耐克、阿迪达斯的25.6%、17.4%，安踏、李宁市占率位列第3位、4位。

“随着以安踏体育、李宁为代表的国产品牌相继完成品牌升级，国际品牌强于国产品牌的格局有望被打破。”国金证券在报告中称。■

（实习生欧阳甜怡亦有贡献）



椰树集团垂垂老矣

◀ 上接P1

这只是椰树集团展露给“外人”看的小部分，实际上，来访者要真正走进椰树集团，可以说门禁森严。

时代周报记者在 multiday 采访过程中发现，即使是工作日，椰树集团的办公大楼也大门紧闭，仅留一扇小门供工作人员进出。大门外铁栏包围，张贴有“外部人员禁止入内”。

旁边的椰树员工宿舍区与工厂区也同样管理严格。4月9日，与椰树集团关系较密切的海口本地人孟伟（化名）告诉时代周报记者，不仅是一楼入口有门禁，椰树集团办公楼的每层入口都有保安严控人员进出。

时代周报记者正面探访也并不顺利。

登门拜访不起用处，所有访客均需致电集团相关部门提前预约，方可进入办公大楼。但连续数日，时代周报记者拨打多个相关部门的电话均未被接听。孟伟对此表示，不接电话或许是因为最近椰树身处舆论风口，但就算在平时，即便访客与集团高管熟识，进门照样要经过严格登记。

据多位本地人向时代周报记者透露，椰树员工平时也注重维护公司的形象，在涉及公司名誉的话题上，由于担心对公司不利，不会轻易对外透露信息。

昔日荣光

事实上，对于椰树集团员工来说，自己和公司之间有着另外一层显而易见的关系。大多数员工对集团业务三缄其口，或许是因为他们自己就是集团股东，或有可能成为集团股东。

天眼查信息显示，椰树集团有限公司由海南椰椰实业有限公司（下文简称“椰椰实业”）100%控股，椰椰实业的100%最终受益人则为海南椰树员工持股会。根据椰树集团官网资料，椰树集团目前是近2000名员工持股的股份制民营企业，集团员工总数则超过6000人。

也就是说，三分之一员工为公司股东。

椰树集团前身是海口罐头厂，罐头厂是1956年建厂的国营企业。1981—1985年，由于经营不善，海口罐头厂濒临破产。1986年，王光兴调任厂长。此后，他着力改革生产与分配制度，主导研发出让工厂成为日后饮料龙头企业的椰子汁，并在工厂内部进行员工持股制度改革试点。

1989年，王光兴将罐头厂连年亏损的车队作为内部股份制试点，由职工投资入股50%，厂方贷款50%进行经营，税后部分利润作为员工分红。调整后，车队当年就扭亏为盈，此后年年盈利。

根据椰树官网资料，1992年起，海口罐头厂进入中国500家大型企业行列。1993年，罐头厂产值高达11.43亿元；1995—1999年，罐头厂销量持续增长，年年销售超10亿元，税利超亿元。

改制试点的成功，让罐头厂在20世纪90年代成为海口最吃香的单位。当时，试点单位的普通员工一个月能拿到300元左右的工资，比一般的机关、事业单位都高。

1994年，海口罐头厂被国务院确定为建立现代企业制度百户试点单位。1995年，罐头厂成立员工持股会。1996年，海口罐头厂正式更名为椰树集团。此后10年，椰树逐步进行投资主体多元化改革，并于2006年9月从国有企业彻底改制为民营企业，由海南椰树员工持股会100%持股。

值得一提的是，改制后，王光兴依旧掌握了集团决策权，而这其中有过一出插曲。

根据椰树集团2014年7月发布的《敢为天下先的王光兴25年改革闯过六次告状风波》一文，2006年椰树集团改制后，王光兴一度面临手持股份比重小、无法把握决策权的局面。而在此后一场股东大会上，出现了110名股东中有109人强烈要求让王光兴多持股的情况，王光兴因此被怀疑逼迫引诱员工表态支持自己。文章颇为戏剧化地描述道，面对质疑，王光兴在会上被迫含泪辞职，而“在场骨

干极为恐慌，顿觉‘群龙无首’，当场强烈挽留。最终，王光兴通过奖励股方式增加持股，继续掌握椰树集团决策权。

但正式改制15年后，椰树在就业市场上的吸引力已大不如前。4月9日，多名海口本地的大学毕业生均向时代周报记者表示，找工作时，他们基本不会考虑椰树集团。

毕业于广州某本科院校的海口本地青年海林告诉时代周报记者，海口大企业较少，本地人在找工作时主要看岗位和薪资。时代周报记者从各招聘平台了解到，除了正副总经理培训生职位月薪1.6万元起，椰树集团其他在岗岗位多为月薪2500—3500元的普工，又或者是工作强度较大的营销、配送岗位，月薪4000—6000元。而海口市2020年最低工资则是1670元，对于海口人来说，椰树普通岗位的工作内容与薪资均缺乏吸引力。

“就算是从小喝到大的品牌，椰树在我们眼里也只是个普通企业，没有任何光环。”海林说道。

瓶颈凸显

椰树对年轻人的吸引力消失，与其经营情况密切相关。

椰树近年营收一直处于瓶颈。2014年，王光兴在接受《海南日报》采访时曾提到，集团的目标是在“十二五”期间完成60亿元产值，“十三五”期间产值超过100亿元。然而2015—2019年，椰树产值却一直处在40亿元徘徊。

集团官网上，其曾多次强调自身业务对本地就业的贡献。在4月2日针对招聘广告的回答声明中，椰树表示，如集团被搞垮会导致50万海南椰农“种椰子易，卖椰子难”的困难重现。

椰树或许夸大了自身的影响力。

4月7日，接近椰树集团的椰子产业业内人士张浩（化名）告诉时代周报记者，近两年，椰树集团每年从东南亚进口20万—30万颗椰子，进口椰在集团原料使用量中比重较大。

根据海南省椰子产业协会公开资料，尽管全国9成椰子产自海南，但因为省内椰子种植较为分散，且椰树生长周期长，本地椰子产量远不能满足国内原料需求。目前，海南省年产椰子约2.4亿个，椰子基本以鲜果形式销售，而海南本地加工企业需要的老椰基本依靠进口，我国每年需从东南亚进口椰子约25亿个。

此外，椰树还面临生产成本上升问题。

4月8日，时代周报记者走访海口新港路多家椰子批发商了解到，目前海南本地椰子单个批发价已达6元/个。两天前，本地椰批发价还在5元/个，而早在10多年前，本地椰的批发价仅在1—2元/个。多位批发商均告诉时代周报记者，随着椰子加工企业数量的增加，海南本地椰愈发供不应求，价格也越来越高。

张浩告诉时代周报记者，为减少对进口椰子的依赖，并提高本地椰子产能，椰树集团已与海南省椰子产业协会建立合作关系，计划在本地开发新型椰种。

同日，一名椰树集团深圳代理商告诉时代周报记者，椰树集团椰汁包装所用的进口罐体材料，近年来价格也在上涨。

更重要的是，椰树王牌产品椰子汁的市场地位也受到冲击。

近年来，椰树所处的传统植物蛋白饮料赛道涌现了特种兵“与欢乐家”等新品品牌。“虽然椰树现在还是头部品牌，但随着相关品牌变多，其市场份额势必会被挤压。”张浩说道。

除了30年来口味与包装均无大变化的椰汁之外，椰树集团至今尚未孵化出其他主力产品。尽管集团多年来先后开发出番石榴汁、芒果汁、豆奶、凉粉、矿泉水、菊花茶、椰子水等新品，但上述产品销量均不算可观。

上述深圳代理商告诉时代周报记者，因为深圳市场已经有深晖菊花茶与凉粉，椰树旗下的同类产品进货量并不多。4月11日，椰树集团上海代理商则向记者表示，目前上海地区主要售卖椰汁、椰子水、矿泉水与菊花茶四种产品，相比椰汁，后三样产品“销量确实不太好”。

和产品一样未跟上时代的是，在电商当道的背景下，椰树却仍坚持传统销售渠道。上述两位代理商告诉时代周报记者，目前椰树集团并无发展电商渠道，网上在售的椰树产品货源大多来自椰树各地分销商。反观同为海南本地椰加工品牌的春光与南国，入驻淘宝等电商平台均有5年以上。

谁来接班？

无论是经营理念、产品迭代速度还是包装风格，椰树均与如今的市场格格不入，这与其管理层的老化有紧密关系。

张浩与椰树集团业务往来较多，据他观察，集团管理层年纪均已五六十岁以上。日常交流时，张浩曾询问椰树是否打算发展电商与新媒体渠道，“但他们认为品牌不需要过度宣传，专心做好椰汁就行。”张浩说道。

椰树的“土味”宣传风格，10多年来更一直遵循王光兴所倡导的营销逻辑。

2005年4月，王光兴在集团内刊《椰树人》上发表名为《实现管理接班与德才接班必须学习20年长盛不衰的经营管理经验和创业元老的优秀品德》（下简称《管理接班》）的文章，文中提出椰树牌椰汁在当时国内外市场上有30多家仿品。对此情况，他表示，椰树集团应不断通过广告，宣传椰树产品是“取自新鲜椰肉榨汁，不加香精、原汁原味”的正宗货，以抵制各类仿品的冲击。

2017年4月，椰树集团办公室曾

发布名为《让椰树牌椰汁再创辉煌》的文章，强调了王光兴提出的“做营销一定要懂得电视广告宣传”的看法。文章表示，市场供过于求时，做广告要直接介绍产品功能效用，广告词要直白、通俗易懂，广告画面要直观明了、亮丽清晰。在此理念下，集团打造出了“椰汁滋阴补肾是男人造精子的原料；女人喝椰汁白嫩丰满曲线动人”等“别具一格、打动人心弦”的广告词。

该文章发表时，电商平台、新媒体营销等方式早已成为主流，椰树因“低俗广告”亦已被舆论多次质疑。但从上述文章看来，椰树显然坚持王光兴认可的原有渠道及营销重点。

事实上，椰树已经意识到了培养接班人的紧迫性。张浩表示，椰树管理层曾向他透露近年要着重培养新一代职业经理人。

这从椰树集团总部外的对联上也能看出端倪。椰树每年都会更换对联内容，更新工作规划，而今年，对联的主要内容是“培养专业职业经理，实现新老交替，做大做强企业”。

但椰树集团的人才培养周期漫长。近期遭热议的招聘海报显示，椰树正副总经理新生需具备本科及以上学历，年龄在28周岁及以下。进入集团培养体系后，新生需要上市场6年、下车间3年，再进集团经营班子当副总实践锻炼5年，历经14年后才可成为集团总经理候选人。

这样的接班人培养理念，可以追溯到16年前。

王光兴发布于2005年的《管理接班》文章中写道，为巩固椰树事业与实现稳定发展，集团“必须依靠创业元老掌舵，必须培养德才兼备的接班人，促进管理接班和德才接班，以确保企业发展方向”。当时，王光兴已掌舵椰树集团19年。

2008年7月，通过集团首届公开竞选大会，赵波当选集团总经理，任期4年。据天眼查信息，目前椰树集团有限公司董事长与总经理皆为赵波，王光兴女儿王英姿担任监事，算下来，椰树第一代接班人赵波已任总经理13年。

“赵波是个想法很前卫的人。”孟伟与赵波私下接触较多，提及赵波，他评价道。但目前看来，集团各方面表现均与“前卫”相去甚远。对此，孟伟表示：“目前拥有最终决策权的，其实还是王光兴。”

孟伟进一步指出，如今的椰树，发展已经落后，“像是活在10多年前”。

而据椰树集团的设想，培养下一任接班人仍需要至少花费14年。

35年前，锐意改革并壮大椰树集团的王光兴是否想过，他舍不得放手的心血，在下一任接班人上任之前，按目前的经营方式前行，是否禁得起未来的考验？

（时代周报记者涂梦莹亦有贡献）



从暗斗到明争 比亚迪宁德时代交锋升级

时代周报特约记者 李卓玲 发自广州

继去年因电池“针刺测试”引发的“隔空互怼”戏码后，今年以来，国内动力电池两大巨头的交锋正不断升级。

在上周举行的比亚迪重庆新车发布会上，比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福宣称，该公司目前已开始向全行业外供刀片电池，“几乎每一个你能想到的汽车品牌，都在与弗迪电池洽谈合作，刀片电池将陆续搭载在国内外各主流品牌的新能源车型上”。

话语一出，行业热议。在业界看来，此举或意味着“比宁”之争开始由此前的技术话语权“暗斗”，升级为市场“明争”，比亚迪开始在争夺市场蛋糕上，对行业霸主宁德时代发起全面反攻。

据中国汽车动力电池产业创新联盟4月9日发布的数据显示，在今年一季度国内动力电池累计装车量排名上，宁德时代继续蝉联第一，占比达52.6%，而比亚迪尽管排名第二，但装车量不足宁德时代(12.22GWh)的1/4，达3GWh，占比为12.9%。显然，如何将“洽谈合作”转换成有效的市场份额，仍是比亚迪正面临的挑战之一。

4月9日，电动汽车观察家创始人邱锴俊向时代周报记者称，比亚迪要赶上宁德时代应该还是很难。不过，随着整车企业加速入局，整个动力电池格局或生变。“电池最终很可能车企都自己干了。”邱锴俊说道。

“追兵”比亚迪

随着比亚迪以刀片电池撬动从自供到全行业外供的通道，其对宁德时代市场份额的追赶被摆上台面。

事实上，2017年以前，电池起家的比亚迪还稳居中国动力电池市场的冠军之位，然而，却因自给自足错过动力电池最佳扩张时机，被宁德时代这家2011年才成立的动力电池企业遥遥甩在身后。

公开数据显示，从2017年登顶动力电池霸主之位以来，宁德时代



的市场份额已由当年的不足三成，扩大至去年市占率约50%。据悉，2020年我国动力电池装车量累计63.6GWh，其中，宁德时代全年装机量达31.79GWh。

而近年来，觉醒的比亚迪也在加速“反攻之战”。

去年3月，比亚迪对外宣布成立5家以“弗迪”命名的全资子公司，其中就包括弗迪电池。同月底，比亚迪以“高安全性”为卖点的刀片电池“出鞘”，并与宁德时代围绕针刺试验展开电池安全争论。

在业界看来，如若说此前双方主要还停留在技术等话语权博弈，那么，随着比亚迪刀片电池加速外供，双方已真正在市场上短兵相接。

从朋友圈看，目前占据市场份额过半的宁德时代，已覆盖国内大部分主流车企。据高工产业研究院(GGI)数据显示，去年，宁德时代动力电池装机量TOP 10客户依次为蔚来、宇通客车、小鹏、特斯拉、吉利、长城等，前十客户装机量占比超五成。

而比亚迪方面，王传福在4月7日

的发布会上透露，将由弗迪电池向其他公司提供开发的乘用车锂离子电池，其中红旗品牌搭载的弗迪产电池已经出货。而尽管在王传福当晚展示的合作伙伴PPT上，除了红旗外，其他皆以“密”替代，但其称“几乎每一个你能想到的汽车品牌，都在与弗迪电池洽谈合作。”此前，包括现代、奔驰、丰田等均被传为“绯闻对象”。

格局生变？

值得关注的，除了比亚迪这一强劲追兵外，在电气化大势所趋下，目前动力电池赛道存在诸多变量。

从去年国内动力电池装机量数据来看，排名前十的企业除了宁德时代、比亚迪两大巨头外，还有LG化学、中航锂电、国轩高科、松下、孚能科技等，不少企业正通过与车企巨头的“绑定”抢夺更大市场蛋糕。

其中，今年4月6日，大众中国战略投资国轩高科已获证监会核准；而今年2月底，孚能科技在回复投资者提问时称，奔驰项目目前SOP进展顺利，会在本年度顺利量产。据悉，去年

7月，戴姆勒曾以7亿元入股孚能科技。

与此同时，整车企也在深入竞争腹地，加大对电池供应的控制权，除了与多家电池厂商加强合作，甚至合资建厂外，目前自研电池、自建电池厂成为新趋势。

4月9日，在广汽集团科技日上，广汽集团宣布自研动力电池系统。而此前，除吉利、长城蜂巢能源外，特斯拉、大众、戴姆勒等国际巨头都宣称将自建电池厂。

对此趋势，多名业界人士对记者称，电池最终很可能车企都自己干了。背后原因，除了为稳定产能、供货的权衡外，也有对成本控制的考量。对电池成本的控制，未来或将直接关系到产品竞争力和利润。

而立国际国际市场，行业霸主面临的挑战更大。锂电分析师王科此前向时代周报记者表示，“无论从技术、质量、市场、资本来看，宁德时代仍然是当之无愧的全球霸主，但这一地位正在受到动摇，没有人愿意看到长期一家独大的电池企业。”

据高工产业研究院日前发布的《新能源汽车产业链数据库》显示，2020年，全球动力电池装机量TOP10排名呈现明显的中日韩三足鼎立的竞争格局。其中，中国企业占据全球主要市场份额，但主要集中在国内，国际配套客户较为缺失急需补缺；韩系电池发展势头迅猛，虎视眈眈。

目前，无论是宁德时代，还是比亚迪，都在加速进军海外市场。此前，有消息称，弗迪电池新工厂筹建处(欧洲组)目前正在筹建海外第一个电池工厂。对此，比亚迪方面对时代周报记者称，后续有确认消息会公布。

宁德时代方面，此前同样选择在欧洲开建首个海外工厂。2019年10月，宁德时代位于德国图林根州的首个海外工厂正式动工，彼时预计五年内将投资18亿欧元；随后，去年年底，有消息称其将投资50亿美元在印尼建厂。

对此，时代周报记者也采访了宁德时代，截至发稿前暂未获得回应。

在诸多变量下，全球动力电池格局将如何演变，有待观察。■

52.6%



坚持个性还是画地为牢？马自达亟待断臂求生

时代周报特约记者 潘卓伦 发自广州

马自达的4月不平静。

4月6日，一汽马自达时隔约4个月再传解散，消息指马自达国产车业务将由长安马自达全面接管；4月2日，长安马自达旗下马自达3昂克赛拉2021年款上市，独缺上市刚逾半年、被视为马自达新技术名片的压燃发动机车型；4月1日，马自达(中国)发布董事长人事任免通告，前马自达财务规划负责人、长安马自达财务总监川村修接替营销老将渡部彦彦，履新马自达(中国)董事长。

马自达在华动荡的背后，是其近年业绩持续下滑。

据车企官方数据，2017年，马自达在华销量达309407台，实现开展中国市场业务以来首次年销量突破30万台，但随后市场表现逐年下滑，至2020年销量为214574台，跌超30%。

结合马自达在其2020上半年财年财报中披露的2020年4月1日-2021年3月31日预测营业亏损400亿日元(折合约24亿元人民币)，马自达在华乃至全球市场正处发展分水岭。

从坚守到“画地为牢”

“鉴于马自达汽车是一家小公司，如果我们和大公司做同样事情，我们就没有获胜的机会。”马自达社长丸本明(Akira Marumoto)早前接受《美国汽车新闻》采访时曾表示，马自达

的优势是在产品、技术、定价和客户体验方面独树一帜，“如果我们不(保持独特性)，我担心马自达汽车很难生存下去”。

目标成为市场中的少数派，马自达确实达成了，尤其是在中国车市。产品技术上，马自达目前是国内唯一全系搭载自然吸气发动机的车企，品牌定位上，其也是唯一以10万-20万元区间为核心市场，同时自居“二线豪华”的品牌。

马自达的小众由来已久，其2017年国内销量达到顶峰，正是旗下新车凭“古典”动力总成搭配时尚外观设计刁钻组合，备受市场追捧之时。然而小众与冷门只是一线之差，马自达对剑走偏锋的坚持，逐渐成为了限制其实现市场突破的牢笼。

为贯彻品牌对自然吸气发动机的推崇，马自达花费不少于5年的时间研发第二代创驰蓝天技术(Skyactiv-X)发动机并引进国内。该款发动机是业内首款可实现汽油压燃的量产发动机，在动力、油耗等方面再将自然吸气发动机的天花板抬高，在以涡轮增压压燃发动机为主流的市场中有着独一无二的技术亮点。

但这款被寄予厚望的发动机投放市场后，未能再现马自达的“小众神话”，甚至搭载该发动机的车型上市刚逾半年便暂停更新。有市场人士称，汽油压燃版马自达3昂克赛拉自2020年9月上市以来，有省份近半年未售出一辆新车。

4月6日，时代周报记者就汽油压燃版马自达3昂克赛拉的销量以及缺席车型年款更新等情况，向长安马自达公关室方面发去采访函，截至发稿未获回复。

“这个压燃技术发动机不懂车的，基本理解不了亮点在哪里，懂车的多数只是‘键盘侠’，这个车上市半年卖得很少。”4月10日，广州一长安马自达4S店销售顾问向时代周报记者介绍，压燃版昂克赛拉以及CX-30比普通版贵好几万元是滞销主因，“落地将近20万元，这个价格消费者往往会选更大车型或豪华品牌的同级车”。

精简规模或是出路

或由于近年将研发精力更多投入到技术层面，马自达在华的新车投放节奏明显放缓。

据梳理，一汽马自达自2016年推出CX-4起已经连续5年未有投放全车车型，而长安马自达亦有接近1年时间内未有全新车型上市。

在4月10日的市场调查，时代周报记者了解到，马自达在华目前共有6款车型在售，其中4款归属长安马自达，剩余2款归属一汽马自达。产品阵容冷清的一汽马自达，已经出现有4S店兼售长安马自达车型的情况。

如此背景下，一汽马自达屡屡被传解散，更显消息非空穴来风。

针对马自达国产车业务预计6月份前完成改制的市场消息，时代周报记者4月6日采访了马自达(中国)，对方

表示：“没有听说过，这传言去年12月已经有过，也进行过辟谣，这次就不再发文说明了。”

另外，时代周报记者亦向一汽马自达及长安马自达方面发去问询，前者截至发稿未有回复，后者一管理层人士回复称还没有收到通知。

“若马自达在华业务统一到一渠道，对其影响不至于太大，或许还更有利于其蓄力度过当前的低谷期。”4月10日，一资深市场人士向时代周报记者指出，目前全国一汽马自达4S店数量约200间，而长安马自达则接近300家，加上前者品牌下车型只有两款且短期内未见有全新换代或重磅车型补充的计划，无论从覆盖范围还是单店承载能力出发，合并渠道都是可行的降本增效方案。

值得一提的是，从马自达(中国)掌舵人由营销领域专家转换为财务规划老将的调整，一定程度也在透露马自达在华经营侧重点的改变。

展望马自达在华未来1-2年的发展，预计主要保持现有产品矩阵竞争市场。这并非对国内市场的区别对待，据《日经亚洲评论》去年的一篇报道称，马自达在2023年3月之前都不会有推出重磅全新车型的计划。

彼时，长安马自达方面向记者表示，年度改款、中期改款等产品更新节奏都会按计划推进，但未提及关于全新车型的规划。4月6日，时代周报记者再向长安马自达方面发去相关问询，截至发稿未获回复。■

300

家



“坐庄控盘”造楼市泡沫 深圳最大炒房团遭七部门调查

时代周报记者 刘婷 发自深圳

高压管控下，深圳炒房客陆续被曝光。

“王晓晨去年4月买入佳兆业前海广场的房子后，使用经营贷贷出资金用于炒房。”“本人举报‘美妈陈小泉’（微博号）于2019年9月18日通过中信银行深圳福田支行申请了385万元个人经营性贷款用于炒房。”近日，微博网友“深房理装修队003”曝光102份材料，公开举报“深房理”会员用经营贷买房、控盘哄抬房价、借名代持、制造虚假流水等违规操作。

消息称，“深房理”为深圳最大的炒房组织，在微博拥有140万粉丝，共有7个规模达500会员的群。用户缴纳3980元的年费，即可成为“摇篮会员”“深房理”以协助落户、代交社保、婚票交易等方式为会员解决购房名额问题，通过引导会员办信用卡、借信用贷凑齐首付，注册空壳公司协助会员办理经营贷购房等一系列“擦边”操作破除限购政策，从中获取巨大利益。

4月8日，深圳市住房和建设局、深圳市公安局、深圳市地方金融监管局等七部门公布《关于对涉及“深房理”的举报事项进行调查处理的通告》（下称《通告》），对网友举报的炒房行为予以回应。

《通告》表示，对于调查过程中发现的涉嫌犯罪线索，将移交公安机关依法处理。

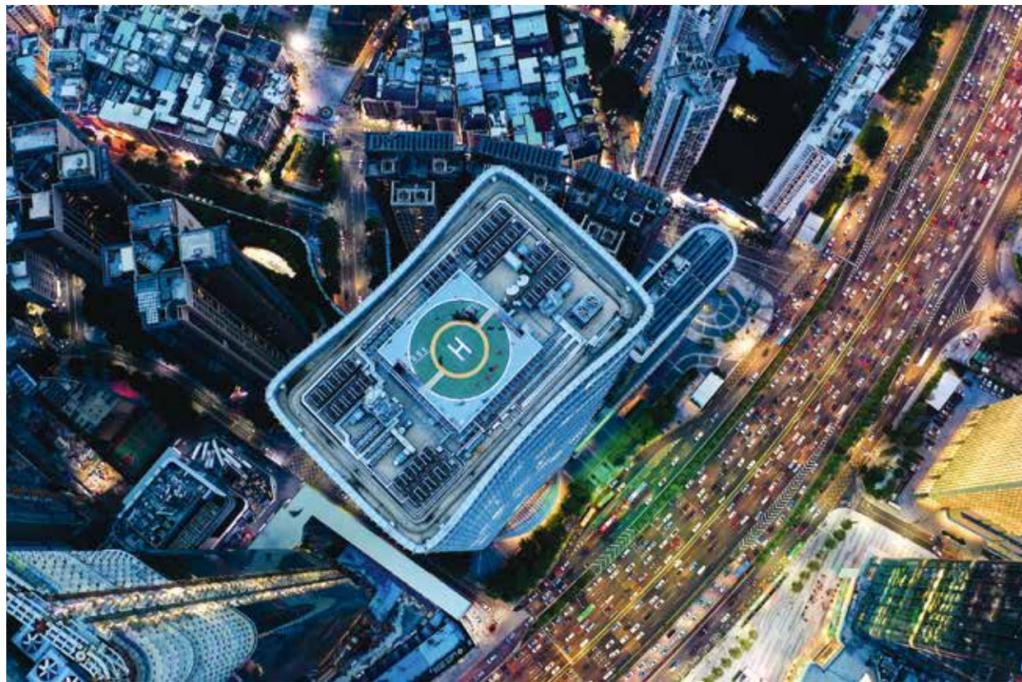
这是深圳楼市史上力度最大的查处行动。《通告》发布后，“深房理”火速解散多个群聊。同时，深圳某商业银行紧急排除支行员工与“深房理”是否有业务合作；并对抵押物为“深房理”密集交易的5个小区的相关业务，进行全面排查。

据知情人士向时代周报记者透露，目前已有“深房理”摇篮会员被银行抽贷，要求提前归还用于购房的经营性贷款。部分摇篮会员资金链承压，在“深房理”内部小程序中转让资产。

购房者“包赚”愿望破灭

近日，一个名为“深房理装修队003”的账号在其新浪微博陆续曝光“深房理”团伙骗取经营贷用于炒房的相关线索，其中更是曝出102份炒房材料，其中包含大量“寻靠谱股东”“急招代持”等合伙信息。

“按揭三成首付，5%代持模式。本人有三成首付首贷资格，自有资金20万元。计划购买约700万元的房产，愿意分享第一次信用贷和后期的抵押贷。招会员股东，全程请理总、小渔



把控。”根据“深房理装修队003”提供的截图，“深房理”会员群里经常有此类招募信息。

从2015年成立至今，“深房理”鼓吹房价永远涨、买房包赚，已经形成一条成熟的购房产业链。

对想进入深圳楼市但没有“房票”的外地购房者，“深房理”提供“房票”包办服务，如落户、代持、假结婚等。同时，“深房理”还提供“养房票”服务，通过代缴社保、办理深户等方式，为外地客户获得购房资格。

获得“房票”的下一步，便是集资买房。“深房理”鼓励购房者长期通过转账的方式制造虚假流水，以获得更高的信贷额度及通过银行房贷放款审批。

此后，购房者到多家银行申请大额信用卡，找公司代开工资做“工薪贷”，在亲友处筹集资金或发动亲友申请信用卡以凑齐首付款。

若单个购房者首付额度不够，“深房理”还会鼓励并牵线，让多名首付款不够的购房者合资买房。

此外，“深房理”还鼓励购房者将剩下七成房款还清后，将红本抵押至银行办理经营贷。

七成房款从何而来？时代周报记者了解到，“深房理”有专门的贷款业务“帕累托值”，即会员将手头的资金存进资金池，日利率为万分之四二。“深房理”再将资金借给购房者，日利率为万分之六，赚取差价。

“深房理”还有合作的小额贷款公司，购房者可以选择合作公司进行

垫资。

“‘帕累托值’相当于‘深房理’赚取万分之一点八的利息，然后将风险嫁到会员身上。会员将钱存进平台，变相募集资金，由‘深房理’进行风控。可‘深房理’哪来的审核资质的能力？钱来自会员，‘深房理’没有成本，为了促成交易当然不会严格审查。”4月9日，一名曾与“深房理”有业务往来的房产经纪人对时代周报记者表示，一旦借款人出现资金问题，出资方很难追回资金。对于借款人来说，借款后如果银行政策有变没办法顺利贷款，借款人需要延期借款，可能导致资金链断裂。

通过小额贷款获得资金后，“深房理”协助购房者注册公司办理经营贷，所得款项用以归还从资金池或小额贷款公司处获得的七成房款。通过一系列操作，购房者最终得以用三成首付购房，还可以通过装修贷、税费贷等信用贷获得贷款，用以归还月供。

炒房团“坐庄控盘”

违规资金流入楼市，带来严重楼市泡沫，而对房价影响最大的，是炒房组织的“坐庄控盘”行为。

“深房理”会要求购房者购买指定楼盘。例如，房源A的市场价为500万元，“深房理”成员小李以550万元购入房源A，到限售期限以600万元卖给“深房理”成员小张，以此制造房价永远上涨的假象。此类行为，在业内被称为“控盘”“对敲”“坐庄”等。

“深房理”的“概念盘”分布于前

海、红山、宝中等，主要有诺德假日广场、佳兆业前海广场、山语海、中海阳光玫瑰园、华业玫瑰等。多名业内人士曾提醒购房者，上述楼盘多是“深房理”成员合伙高杠杆买入的楼盘，前期涨幅大，当下价格虚高，这些合伙购房者普遍资金成本高，月供能力不足，有资金链断裂风险。

近日，一名购买中海锦城的摇篮会员因资金周转原因转让20%的房产股份，并表示无须代持费，可与合伙人按比例缴纳经营贷和抵押贷。此外，还有多名购买华业玫瑰、诺德假日花园、中海阳光玫瑰园的会员发布转让股份信息。

《通告》指出，关于举报反映的“深房理”教唆炒房通过弄虚作假骗取购房资格、以合资入股等名义涉嫌非法集资、提供“一条龙”服务教唆协助借款人骗取信贷资金违规用于购房等行为，深圳七部门已开展联合调查，调查处理结果将第一时间向社会公布。

炒房者遭全面围堵

多年来，“深房理”通过钻调控政策漏洞以获取巨额财富，干扰房地产市场正常运行。在此次七部门联合调查之前，深圳住建局便已经针对一系列漏洞进行严堵。

此前，深圳购房门槛较低，个人只需要深圳户口即可买房。若以家庭名义购买商品，只要求一人有购房名额，且可登记在无购房资格方名下。不少炒房客借助政策漏洞，与有购房

资格者假结婚，获取房产登记资格。

随后，低门槛、假结婚买房等漏洞相继被堵。

2020年7月15日，《关于进一步促进我市房地产市场平稳健康发展的通知》出台，明确表示深户须在本市落户满3年，且能提供购房之日前在本市连续缴纳36个月及以上个人所得税或社会保险证明，方可购买商品住房。

1月19日，深圳市住建局发布《关于明确〈关于进一步促进我市房地产市场平稳健康发展的通知〉若干问题的函》，明确表示，居民家庭购买的商品住房，只能登记在具有购房资格的家庭成员名下。

针对制造虚假流水、个税清单用以购房等行为，深圳发出“禁令”。

1月23日，深圳住房建设局发布《关于进一步加强我市商品住房购房资格审查和管理的通知》，对于违反规定的购房人或者相关责任人，停止在深圳市购买、承租保障性住房和人才住房资格3年，停止使用深圳市“购房意向登记系统”以及合同网签系统3年。

3月，深圳各大银行开展一场经营贷整顿风暴，已责令发生相关问题的银行立查立改，提前收回21笔、5180万元涉嫌违规贷款，叫停风险隐患较大的业务，处罚违规机构4家，处罚问责违规责任人14人次，处罚金额合计575万元。

针对哄抬房价、控盘等行为，深圳打出二手房限价王牌。2月18日，深圳住建局定期发布深圳市3595个二手房成交参考价格。此后，银行、房产中介公司、金融贷款公司均相继跟进，以二手房参考价作为交易的重要评估标准。

一系列政策后，深圳房价明显降温。深圳房地产中介协会数据显示，3月，深圳二手房网签量共计4869套（含自助网签），同比下滑23.6%。

在新政影响下，深圳3月的二手房网签量没能守住5000套关口，“小阳春”行情不再。3月，深圳二手住宅网签量占比首次跌破八成，是深房中协有二手房网签数据统计记录以来的最低值。

4月8日，广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对时代周报表示，深圳楼市调控必须一二手房联动，否则没有效果。二手房指导价发布实施，解决了这个问题。深圳楼市问题，首先是杠杆问题，然后才是供求问题。只要杠杆控制住，深圳楼市必然降温。近期，深圳二手房成交周期拉长，降价房源数超过了涨价房源数，调控效果显著。□

诺奖得主中国行
NOBEL
LAUREATE'S
CHINA
TOUR



THE TIME WEEKLY
时代周报

“

世界工厂的转移是一个渐进的过程，无论是欧美发达国家，还是日本、韩国的经验都表明，这个过程要比劳动力的变化慢。

如果中国仍然有充足的劳动力，那么它仍然会是世界工厂，区别仅仅是生产档次提高了。

Christopher Pissarides
克里斯托弗·皮萨里德斯
2010年诺贝尔经济学奖得主

诺奖得主中国行

创立于2009年，是由《时代周报》倾力打造的年度品牌活动



佛山土拍再刷新： 项目预估售价4万元/平方米起

时代周报记者 胡天祥 发自广州

佛山拍出一宗望江宅地，单价创当地新纪录。

4月9日，佛山顺德陈村出让一宗TOD临江地块（下称“陈村地块”），历经超1小时111轮竞价，最终由华润置地旗下子公司以总价64.5029亿元成功竞得，折合楼面价22330元/平方米，溢价率106.72%，一举刷新佛山地价纪录。

“有点意外，之前大家预估是1.8万—1.9万元/平方米，没想到能拍到超过2.2万元/平方米。”同日，一位佛山业内人士告诉时代周报记者。

合富研究院高级分析师曹绍林告诉时代周报记者，按照这个地价，预计项目未来售价会在4万元/平方米左右。“但因为周边很多项目售价都在2万元/平方米左右，所以陈村地块入市压力还是有的。”曹绍林表示。

虽然地价超出业内预期，但当地多个项目却“乐开了花”。就在陈村地块成交当天，当地某盘即时发布海报，宣布即将全线涨价。“包括陈村地块周边几个项目，都即时选择了封盘，准备调价。”上述业内人士告诉时代周报记者。

地块允许“分期付款”

陈村地块前身为华宝家具厂新时代金属公司与汽车修配厂，为工改居项目，在2018年纳入三旧改造，开发形式为政府收储实施改造。项目地处佛山陈村新城核心地带，未来将打造成为中央商务休闲区、产城人文融合的城市新客厅。

该地块占地面积超11万平方米，距离广州地铁7号线顺德段陈村新城站约800米，离南涌站仅500米，未来4站可到广州南站。

居住环境上，临近顺联广场、碧桂园三龙汇等商业体和一批品质住宅区，可享受陈村初中、青云中学、中心小学、陈村医院等公共资源。

拥有临广临江临地铁的先天优势，陈村地块吸引超20家房企参与竞拍，包括雅居乐、碧桂园、越秀、中海、万科、华润、美的置业、绿城、金茂、龙光、保利、金地、招商蛇口等，每组竞买人需提前缴纳6.24亿元保证金。

地块起始价为31.2亿元，每次增价幅度3000万元。4月9日14时28分，编号为“8140”的竞买人率先出价，随后各大房企接连竞价，开拍不到40分钟，报价已超过40亿元；到第101轮的时候，报价已超过61亿元，各方纷纷退出，只剩下华润置地和编号为“2155”的竞买人，双方你来我往，互不相让。

15时59分，“2155”出价63.9029亿元，3分钟后，华润置地一次性加价6000万元，最终以总价64.5029亿元成功竞得陈村地块，溢价107%。

佛山中原战略中心指出，华润地块土拍再次把陈村镇推上了业界内外“焦点”。目前，陈村西部登州片区属于佛山中心城区延伸发展的板块，而陈村老城区则向南北两个方向分化，发展出南站片区和陈村新城区两个板块。陈村三大在建轨道交通项目（佛山地铁2号线、广州地铁7号线顺德段、广佛环线）均以广州南站作为终点，未来陈村或将“北上”“东进”拓展。



值得注意的是，或是考虑到房企资金压力，政府在地价款支付上，给了竞得人一定的缓冲期。

文件显示，竞得人自签订《国有建设用地使用权出让合同》之日起30日内，按成交价款的50%向受让人支付首期国有建设用地使用权出让金，剩余款项可在签订上述《合同》后180日内付清。

一位地产分析师告诉时代周报记者，在“三道红线”及融资收紧大背景下，土地出让金“分期付款”可在一定程度上减轻房企的资金压力，也能增强该区域对房企的吸引力。

多个楼盘酝酿调价

仅时隔一个月，佛山楼面地价纪录再次被刷新。

今年3月1日，经过两个半小时共56轮报价，当代置业成功以总价

3.925亿元竞得佛山黄岐一宗商住地，折合楼面价20013元/平方米，溢价54%，刷新佛山当时的楼面价。

“从单价来看，黄岐地块成交虽然给市场传递了一个比较积极的信号，但其面积较小，代表性有限。”曹绍林告诉时代周报记者。

如今，陈村地块以22330元/平方米的楼面地价，再次刷新佛山地价纪录。“按照这个地价计算，项目估计要卖到3.5万元/平方米才能盈亏平衡，总体压力不小。”地产经济学家邓浩志发文指出，目前陈村在售楼盘中多数还在2万元/平方米左右，甚至还有个别在“1”字头的单位。

据统计，目前陈村在售一手楼盘为8个，整体均价在1.7万—3.1万元/平方米。其中，卓越碧桂园天悦湾均价在2.1万元/平方米，万科翡翠江望和美的花湾城均价在1.9万元/平方

米，荔园新天地在2.1万—2.4万元/平方米。

“陈村地块成交价超出业内预期，还是给市场打了一剂强心针。”上述业内人士告诉时代周报记者，地块成交当天，包括顺德碧桂园28光年、卓越碧桂园天悦湾在内的多个楼盘纷纷“封盘”，准备调价。

曹绍林告诉时代周报记者，自2020年4月起，佛山土拍基本不设最高限价，再加上多宗优质地块频频出让，让佛山土地市场呈现供需两旺的局面。同时，在多宗高价地的拉动下，今年佛山限购区域的房价大概率会继续攀升。

据克而瑞统计，2020年，佛山卖地幅数、总建面、金额均创历史新高，卖地金额更是首次突破千亿元。期内，佛山共出让110宗经营性用地，成交总建面达1458.21万平方米，同比上涨37.95%；共计吸金1243.83亿元，同比大增70.01%。

另据媒体统计，目前佛山楼面价TOP10中，有6宗地块是在2020年成交，分别为粤海湾华地、保利映月新城地块、新希望奥园金沙公馆、绿城桂语映月、时代水岸泽苑、龙光玖悦台二期，楼面价在1.75万—1.85万元/平方米。今年3月1日，经过两个半小时共56轮报价，当代置业成功以总价3.925亿元竞得佛山黄岐一宗商住地，折合楼面价20013元/平方米，溢价54%。

佛山中原战略中心指出，广州已官宣将分三次集中供地，房企或会在非集中供地期转战邻城佛山市场进一步博弈。佛山土地市场热度将不减，优质地块将备受追捧。■



分享阅读 共享快乐